

Maurício de Oliveira Afonso

**CRIAÇÃO DE TIPOGRAFIA CUSTOMIZADA  
PARA A EMPRESA UGA-BUGA HANDBOARDS**

Projeto de Conclusão de Curso  
submetido ao Curso de Design  
Gráfico da Universidade Federal  
de Santa Catarina em Bacharel em  
Design.

Orientadora: Mary Vonni Meürer de  
Lima

Florianópolis  
2018

Afonso, Maurício de Oliveira  
Criação de Tipografia Customizada Para a Empresa  
Uga-Buga Handboards / Maurício de Oliveira Afonso ;  
orientadora, Mary Vonni Meürer de Lima, 2018.  
83 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -  
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de  
Comunicação e Expressão, Graduação em Design,  
Florianópolis, 2018.

Inclui referências.

1. Design. 2. Design. 3. Tipografia. 4.  
Tipografia Customizada. I. Lima, Mary Vonni Meürer  
de . II. Universidade Federal de Santa Catarina.  
Graduação em Design. III. Título.

Maurício de Oliveira Afonso

## **CRIAÇÃO DE TIPOGRAFIA CUSTOMIZADA PARA A EMPRESA UGA-BUGA HANDBOARDS**

Este Projeto de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Título de Bacharel em Design Gráfico, e aprovado em sua forma final pelo Curso de Design da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 04 de Junho de 2018.

---

Prof<sup>ª</sup>. Marília Matos Gonçalves, Dr<sup>ª</sup>.  
Coordenador do Curso

### **Banca Examinadora:**

---

Prof<sup>ª</sup>. , Dr<sup>ª</sup>.  
Orientadora  
Universidade Federal de Santa Catarina

---

Prof. Tiago Matozzo, Me.  
Universidade Federal de Santa Catarina

---

Prof<sup>ª</sup>. Patrick Veiga, Me.  
Universidade Federal de Santa Catarina





## RESUMO

Este projeto aborda a criação de uma tipografia customizada para a Uga-Buga Handboards, uma empresa de Florianópolis que fabrica pranchas artesanais para a prática do surfe de peito, ou “jacaré”, como é popularmente conhecido no Brasil. Através do design, a empresa busca relacionar-se com seu público de interesse, construindo peças gráficas, vídeos, produtos, eventos e projetos criativos, dando oportunidade ao autor desse projeto - e também designer da marca -, em resolver uma problemática de identidade de marca, através de um método composto por três etapas envolvendo a conceituação, a criação e a aplicação da tipografia Uga-Buga.

**Palavras-chave:** Design 1. Tipografia 2. Tipografia Customizada 3.



## **ABSTRACT**

This project is about the creation of a customized typography for Uga-Buga Handboards, a company from Florianópolis that manufactures handmade surfboards for the practice of body surfing, or “alligator”, as it is popularly known in Brasil. Through design, the company seeks to relate to its public of interest, building graphic designs, videos, products, events and creative projects, giving the opportunity to the author of this project - and also designer of the brand - solving a problematic of identity of brand, through a method composed of three stages involving the conceptualization, creation and application of Uga-Buga’s typography.

**Keywords:** Design 1. Typography 2. Custom Typeface 3.



## AGRADECIMENTOS

Tudo na vida é obra de um trabalho coletivo, por mais simples que seja, esse projeto de conclusão de curso não foi diferente. A Uga-Buga, além de ser uma empresa, é também uma família de criativos, inquietos e pessoas muito prestativas. Um negócio, que até então tem sido movimentado com amor, dedicação e muitas horas extras, agora faz parte de um trabalho acadêmico em busca de fortalecimento profissional em um mercado pouco conhecido, como o surfe de peito.

Nessa obra, que fala sobre a criação de um projeto tipográfico, foram abordadas diversas áreas como o surfe, a arte, a sustentabilidade e o design. Agradeço a todos das áreas citadas que contribuíram de alguma forma, o projeto só tomou forma porque vocês me incentivaram ou melhor: colaboraram para a realização desse trabalho.

Obrigado, Lu, por ser paciente e ouvir, dia após dia, o andamento do meu projeto, corrigindo erros ortográficos e concordâncias verbais. Ao meu sócio, Eduardo Barcellos, pela parceria nos mais malucos projetos, incluindo esse apresentado. Ao meus pais, que sempre me deram liberdade para criar e ser altruísta, me incentivando nas escolhas, mesmo não entendendo muito bem o que é “Design”.

Aos professores, em especial a professora orientadora Mary Vonni, pela dedicação e o profissionalismo com seus alunos, que de forma muito consistente nos guia para o futuro, colaborando na formação de indivíduos de caráter e profissionais diferenciados.

Ao PRONTO 3D, pela total disponibilidade de colaborar com os projetos da Uga-Buga e em especial esse apresentado, me auxiliando na aplicação da tipografia nos produtos da marca.

À UFSC, que, ao longo desses seis anos, me trouxe não só aprendizado e conhecimento, mas abertura para uma nova realidade. Aqui, pude realizar o sonho em conjunto dos meus pais de ser um acadêmico de uma universidade pública, um estudante do ensino superior, um designer.

A todos, o meu mais forte abraço e um imenso obrigado.



“A desobediência é uma virtude  
necessária à criatividade.”

Raul Seixas





## FIGURAS

Figura 1 - A prática do “Handsurf”.....	19
Figura 2 - As duas primeiras handboards da Uga-Buga.....	24
Figura 3 - A primeira produção em série da marca.....	24
Figura 4 - O processo Uga-Buga: reutilizar, pintar e surfar.....	25
Figura 5 - O Laboratório Móvel de Fabricação Digital/PRONTO 3D...25	
Figura 6 - A nova assinatura visual da marca Uga-Buga.....	27
Figura 7 - Fonte Basquiat.....	27
Figura 8 - Estrutura da tipografia.....	28
Figura 9 - Kerning.....	29
Figura 10 - Traços e eixos.....	29
Figura 11 - Partes da tipografia.....	30
Figura 12 - Terminais.....	31
Figura 13 - Serifas.....	32
Figura 14 - Tipografia romana.....	32
Figura 15 - Fonte corporativa da Coca-Cola.....	33
Figura 16 - Software FontLab Studio.....	34
Figura 17 - Fonte “Lobster”, “É a Lobster a nova Comic Sans?”.....	34
Figura 18 - As estátuas Tiki.....	36
Figura 19 - Aku-Aku (Guia Protetor), inspiração da Uga-Buga.....	36
Figura 20 - Banner “Tikimentary”.....	38
Figura 21 - Estampa “Mikes Beach Bar”.....	38
Figura 22 - Ilustração “Back To The Beach”.....	38
Figura 23 - “Pop Polynesian” - Mookie Sato.....	39
Figura 24 - Cartaz “A Semana Tiki”.....	39
Figura 25 - Logo “The Shameful Tiki Room”.....	39

Figura 26 - Lettering - “The Coconut Comedy Lounge”.....	40
Figura 27 - Tipografia “Wood Sticks”.....	41
Figura 28 - Tipografia “Surfing Ashtray”.....	42
Figura 29 - Tipografia “Square Rough”.....	43
Figura 30 - Tipografia “Square Rough”.....	43
Figura 31 - Tipografia “Jungle Roar”.....	44
Figura 32 - O lettering nas pranchas.....	45
Figura 33 - Textura de madeira.....	46
Figura 34 - Quadriláteros irregulares.....	46
Figura 35 - O quadrilátero irregular nos elementos da letra.....	46
Figura 36 - As medidas da fonte.....	47
Figura 37 - As linhas dos caracteres.....	47
Figura 38 - Efeito tridimensional na fonte.....	48
Figura 39 - Resultado esperado.....	48
Figura 40 - Primeiro desenho de caracteres.....	51
Figura 41 - Estudo dos terminais e serifas.....	52
Figura 42 - Estudo das características gerais dos caracteres.....	52
Figura 43 - Desenho do nome “Uga-Buga®”.....	53
Figura 44 - Destalhes do desenho.....	53
Figura 45 - Primeiro desenho do alfabeto.....	53
Figura 46 - Desenhos diversos.....	54
Figura 47 - Caracteres-chave.....	57
Figura 48 - Gráfico de derivação de caracteres.....	58
Figura 49 - Gráfico de derivação de caracteres da fonte Uga-Buga.....	58
Figura 50 - Caracteres com acento.....	64
Figura 51 - Números.....	65
Figura 52 - Caracteres Especiais.....	66

Figura 53 - Alteração caractere “G” .....	67
Figura 54 - Alteração caractere “M” .....	67
Figura 55 - Alteração caractere “K” .....	68
Figura 56 - Alteração caractere “K” .....	68
Figura 57 - Aplicação do espaçamento e kerning .....	70
Figura 58 - Quadro de ajuste de kerning .....	70
Figura 59 - Informação da fonte .....	71
Figura 60 - Geração da Fonte .....	71
Figura 61 - Cascata da Fonte .....	72
Figura 62 - Auxílio do PRONTO 3D Florianópolis .....	73
Figura 63 - Shapes da Coleção “Tiki Boards” .....	73
Figura 64 - Primeiro Teste de Aplicação a Laser .....	74
Figura 65 - Exclusão das camadas “textura” e “sombra” no Illustrator ..	74
Figura 66 - A tipografia secundária da Uga-Buga .....	75
Figura 67 - Exemplo de aplicação da tipografia principal .....	77
Figura 68 - Aplicação da tipografia em imagens .....	77
Figura 69 - Aplicação da tipografia em imagens 2 .....	78
Figura 70 - Aplicação da tipografia em imagens 2 .....	78
Figura 71 - Aplicação da tipografia nas handboards .....	79
Figura 72 - Aplicação da tipografia em vídeo .....	79

## QUADROS

Quadro 1 - Produtos e brindes fabricados pelo PRONTO 3D.....	26
Quadro 2 - Resposta Gestor 1.....	35
Quadro 3 - Resposta Gestor 2.....	35
Quadro 4 - Referências da cultura Uga-Buga.....	37
Quadro 5 - Análise da tipografia “Wood Sticks”.....	41
Quadro 6 - Análise da tipografia “Surfing Ashtray”.....	42
Quadro 7 - Análise da tipografia “Square Rough”.....	43
Quadro 8 - Análise da tipografia “Pineapple”.....	44
Quadro 9 - Análise da tipografia “Jungle Roar”.....	44
Quadro 11 - Ferramenta de vetorização.....	49
Quadro 10 - Ferramentas de Desenho.....	49
Quadro 12 - Ferramenta de edição de fontes.....	50
Quadro 13 - Delimitações do desenho dos caracteres.....	55
Quadro 14 - Detalhes do desenho vetorial.....	56
Quadro 15 - Os caracteres vetorizados.....	69
Quadro 16 - Tabela da fonte Uga-Buga.....	72
Quadro 17 - Teste da tipografia secundária.....	76

## SUMÁRIO

<b>1.</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>19</b>
<b>1.1.</b>	<b>OBJETIVOS .....</b>	<b>20</b>
<b>1.1.1.</b>	<b>Objetivo Geral.....</b>	<b>20</b>
<b>1.1.2.</b>	<b>Objetivos Específicos.....</b>	<b>20</b>
<b>1.2.</b>	<b>JUSTIFICATIVA.....</b>	<b>20</b>
<b>1.3.</b>	<b>DELIMITAÇÃO DO PROJETO.....</b>	<b>21</b>
<b>2.</b>	<b>METODOLOGIA .....</b>	<b>21</b>
<b>3.</b>	<b>CONCEITO.....</b>	<b>23</b>
<b>3.1.</b>	<b>PESQUISA E REFERÊNCIAS.....</b>	<b>23</b>
<b>3.1.1.</b>	<b>Histórico e Conceitos da Marca .....</b>	<b>24</b>
<b>3.1.2.</b>	<b>Fundamentação Teórica.....</b>	<b>27</b>
<b>3.1.3.</b>	<b>Análise da Linguagem Visual.....</b>	<b>34</b>
<b>3.1.3.1.</b>	<b>Briefing dos Gestores.....</b>	<b>35</b>
<b>3.1.3.2.</b>	<b>Análise das Referências da Marca .....</b>	<b>36</b>
<b>3.1.4.</b>	<b>Análise de Fontes Similares.....</b>	<b>41</b>
<b>3.2.</b>	<b>TOMADA DAS PRIMEIRAS DECISÕES.....</b>	<b>45</b>
<b>3.3.</b>	<b>ESCOLHA DAS FERRAMENTAS.....</b>	<b>49</b>
<b>4.</b>	<b>CRIAÇÃO.....</b>	<b>50</b>
<b>4.1.</b>	<b>DESENHO DOS CARACTERES.....</b>	<b>51</b>
<b>4.1.1.</b>	<b>Desenho à mão-livre.....</b>	<b>51</b>
<b>4.2.</b>	<b>DESENHO VETORIAL.....</b>	<b>55</b>
<b>4.2.1.</b>	<b>Desenho dos caracteres-chave.....</b>	<b>57</b>
<b>4.2.2.</b>	<b>Derivação dos caracteres.....</b>	<b>58</b>
<b>4.2.3.</b>	<b>Refinamento.....</b>	<b>67</b>
<b>4.3.</b>	<b>AJUSTES FINAIS.....</b>	<b>69</b>

<b>4.3.1.</b>	<b>Espacejamento e Kerning.....</b>	<b>70</b>
<b>4.3.2.</b>	<b>Geração da Fonte.....</b>	<b>71</b>
<b>5.</b>	<b>APLICAÇÃO.....</b>	<b>73</b>
<b>5.1.</b>	<b>APLICAÇÃO DA FONTE.....</b>	<b>77</b>
<b>6.</b>	<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>80</b>
<b>7.</b>	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>81</b>
<b>8.</b>	<b>APÊNDICES.....</b>	<b>82</b>
<b>8.1.</b>	<b>APÊNDICE A - SPECIMEN (FRENTE).....</b>	<b>82</b>
<b>8.2.</b>	<b>APÊNDICE B - SPECIMEN (VERSO).....</b>	<b>83</b>

## 1. INTRODUÇÃO

A Uga-Buga é uma empresa que produz pranchas de surfe de peito, conhecidas popularmente como “*handboards*”. O surfe de peito é um esporte relativamente novo no contexto nacional e internacional, mas a prática, amplamente conhecida pelos havaianos, é fruto da antiga cultura polinésia e de seu imenso conhecimento sobre o mar e a natureza. Hoje, apresenta-se na sua forma contemporânea conhecida por “*handsurf*”, com a utilização de equipamentos e acessórios que buscam melhorar a performance do praticante, onde desliza-se sobre uma onda horizontalmente com o auxílio de uma prancha de mão ou apenas com o corpo.

Figura 1 - A prática do “Handsurf”



Fonte: Uga-Buga Handboards (2018)

Criada em dezembro de 2015, a Uga-Buga busca resgatar esse espírito de conexão com o mar e a natureza, trazendo a arte e a sustentabilidade como componentes essenciais para o desenvolvimento dessa cultura de surfe e consciência coletiva. Materiais descartados como shapes de skate, pedaços de madeiras encontrados na areia e no mar, roupas de borracha usadas, tudo aquilo que poderia ser considerado lixo, faz parte de um dos conceitos centrais da marca: a reutilização.

Em pouco tempo, a Uga-Buga assumiu a uma linguagem própria e atraiu o seu público de interesse, passando a criar mais modelos de pranchas, participar de concursos e criar eventos. No início de 2016, criou-se então o conceito da marca, abordando a reutilização de materiais descartados, o desenvolvimento de processos criativos, o contato com

a natureza e a prática do esporte. Com isso surgiu a necessidade de trabalhar a sua identidade visual, criando materiais gráficos diversos, vídeos institucionais, imagens e, por fim, uma tipografia própria.

As fontes customizadas carregam identidade e transmitem o conteúdo de uma mensagem de forma diferenciada e original, podendo transportar valores e comportamentos fundamentais de uma marca, negócio ou produto. No meio em que se vive, imersos em canais e mídias digitais, as fontes customizadas ganham força, tornando-se cada vez mais difícil diferenciar-se no mercado utilizando fontes públicas e de livre utilização.

Por conta disso, a Uga-Buga Handboards decidiu criar uma fonte customizada para a aplicação em seus produtos e materiais de comunicação, posicionando-se como uma empresa que cultiva o design, investindo na criação e no desenvolvimento de uma identidade forte, criativa e bem trabalhada.

## 1.1. OBJETIVOS

### 1.1.1. Objetivo Geral

Criar uma tipografia customizada para a empresa Uga-Buga Handboards.

### 1.1.2. Objetivos Específicos

- Abordar o conceitos fundamentais de tipografia;
- Entender sobre fonte customizada e seu processo de criação;
- Investigar sobre o histórico e os conceitos da marca Uga-Buga.

## 1.2. JUSTIFICATIVA

O presente projeto é uma oportunidade no autor de aplicar os conhecimentos adquiridos durante a formação em design, desenvolvendo um projeto paralelo à empresa, visando alcançar um público selecionado e em construção como o mercado de surfe. O número de praticantes de surfe de peito tem crescido muito nos últimos anos, onde seus adeptos procuram marcas alinhadas ao seu estilo de vida, utilizando produtos como da Uga-Buga para a prática de lazer e competitiva.



No Brasil, apesar de ser um esporte pouco conhecido, cresce rapidamente nas regiões de Santa Catarina, Rio de Janeiro e Nordeste, com competições a nível internacional. Florianópolis, além de ser uma das capitais do surfe de peito, oferece à Uga-Buga uma ótima visibilidade no contexto do esporte e assim fazendo-se necessário o desenvolvimento da uma identidade visual mais completa para uma melhor apresentação da marca.

É importante ressaltar que, até o momento, a Uga-Buga é uma entre as três marcas já criadas na cidade de Florianópolis e a primeira a desenvolver projetos com bases sólidas na reutilização de materiais e na arte e, por isso, considera-se a elaboração desse projeto como de extrema importância para garantir a comunicação da marca como algo original, criativo e relevante dentro do estado de Santa Catarina. Tendo em vista um público emergente, a empresa enxerga como uma grande oportunidade em utilizar do design para impactar o público de interesse, com projetos originais, estética apurada e organização.

Visto que o criador da marca é também autor deste projeto, considerou-se viável a elaboração deste trabalho, pois além de servir como ferramenta de aprendizado, é uma forma construtiva de atribuir os conhecimentos aprendidos no curso para aplicação de projetos na vida real.

### 1.3. DELIMITAÇÃO DO PROJETO

O projeto consiste em desenvolver uma tipografia customizada (mais uma variação) para a empresa Uga-Buga Handboards, onde, apesar do caráter privado de utilização e de ajustes tipográficos, será demonstrada a aplicação da nova fonte nos produtos (*handboards*) e meios de comunicação da empresa, como imagens e vídeos.

## 2. METODOLOGIA

A metodologia projetual escolhida para a elaboração deste projeto parte do artigo “Notas para uma metodologia do design de tipo”, um guia proposto por Antônio Martiano Fontoura e Christopher Hammerschmidt, onde o processo de criação de tipos consiste em oito etapas:

- **Pesquisa e Referências:** histórico e conceitos da marca, abordagem teórica sobre tipografia, pesquisa por imagens e fontes semelhantes.

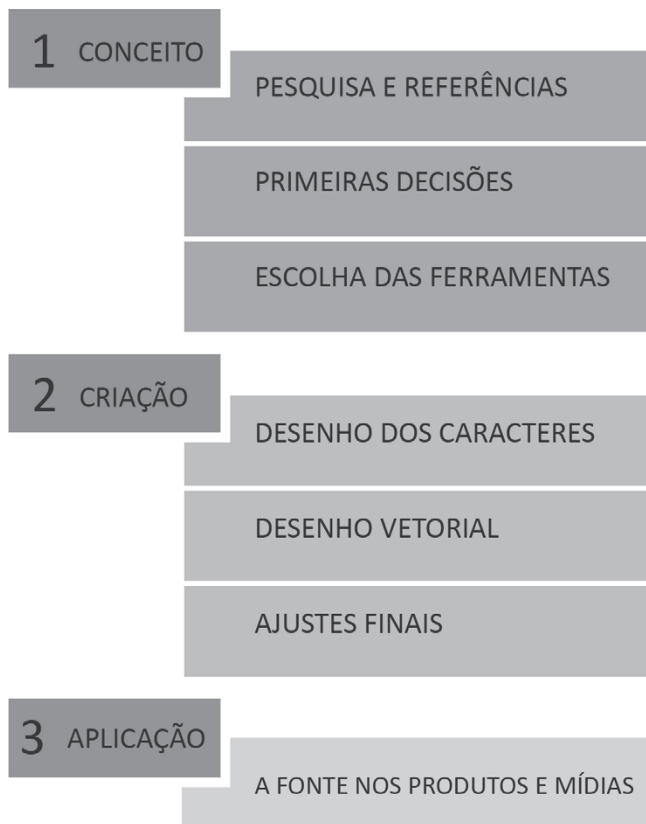
- **Tomada das Primeiras Decisões:** teor do trabalho, resultado esperado.
- **Escolha das Ferramentas:** instrumentos e *softwares* utilizados para a criação da fonte.
- **Desenho dos Caracteres:** primeiros esboços, desenho dos caracteres à mão-livre, vetorização e refinamento.
- **Espacejamento:** aplicação de espaço entre os caracteres.
- **Ajuste de *Kerning*:** ajuste especial de espaço entre caracteres específicos.
- **Aplicação da Fonte:** produtos, vídeos e imagens.
- **Divulgação:** apresentação da fonte para a banca e criação de *specimen*.

Para complementar, com intuito de aprofundar o conhecimento sobre o desenho de caracteres tipográficos, utiliza-se do “processo de desenho dos caracteres tipográficos” (MATTÉ, 2008. Pg. 24) para a criação da tipografia Uga-Buga, deixando estruturada, portanto, a metodologia deste projeto da seguinte maneira:

- **Etapa 1 /Conceito:** pesquisa e referências, primeiras decisões e escolha das ferramentas.
- **Etapa 2/Criação:** desenho dos caracteres, vetorização e ajustes finais.
- **Etapa 3/Aplicação:** aplicação da fonte.

A seguir, no Quadro 1, o diagrama criado pelo autor para facilitar o entendimento do processo de construção da tipografia Uga-Buga:

Quadro 1 - Diagrama de metodologia de projeto



Fonte: Autor, com base em FONTOURA e MATTE

### 3. CONCEITO

Nesta primeira etapa, o autor buscar conceituar a tipografia Uga-Buga, buscando por referências visuais que expliquem os motivos das escolhas do estilo tipográfico escolhido no final dessa etapa.

#### 3.1. PESQUISA E REFERÊNCIAS

Para o desenvolvimento desse tópico, foi necessário a união dos gestores da marca para elucidar sobre os conceitos principais da marca, seu histórico e a influência da linguagem visual para a criação da tipografia.

### 3.1.1. Histórico e Conceitos da Marca

Em dezembro de 2015, quando a marca surgiu, foram criadas as duas primeiras handboards da Uga-Buga. Um shape de skate velho, algumas ferramentas antigas e um jogo de tintas e pincéis. Com o tempo, prancha após prancha, foi-se entendendo a importância do trabalho: o cuidado com os detalhes, a necessidade de possuir uma identidade e um produto em ascensão.

Figura 2 - As duas primeiras handboards da Uga-Buga



Fonte: Uga-Buga Handboards (2015)

Os amigos criadores da marca buscaram representar os aspectos “primitivo”, “espiritual” e “criativo” através de uma máscara de proteção, com referências sólidas no personagem Aku-Aku (guia espiritual em rapanui), do jogo de aventura “Crash Bandicoot”. O nome Uga-Buga é a forma “abrasileirada” de representar o personagem, o que remete a algo primitivo, divertido e forte ao mesmo tempo.

Figura 3 - A primeira produção em série da marca



Fonte: Uga-Buga Handboards (2016)

Logo, depois de alguns meses de produção, a marca assumiu o nome, definiu seus conceitos centrais e criou os canais de comunicação – o produto estava pronto. Tudo funcionava naturalmente, mas com o

tempo sentiu-se a necessidade de organizar as ideias, refinar o produto e, por fim, investir no posicionamento da marca, criando um negócio profissional.

Figura 4 - O processo Uga-Buga: reutilizar, pintar e surfar



Fonte: Uga-Buga Handboards (2016)

Arte, esporte e sustentabilidade, esses são os conceitos. As handboards, por mais simples que sejam, carregam consigo muito significado, dando valor ao processo artesanal, pensando em um produto funcional e decorativo ao mesmo tempo, que, além de ser proveniente de materiais descartados, gera a reflexão sobre o descarte indevido do lixo.

No início de 2017, com a criação do Festival Uga-Buga de Surfe de Peito, surgiu a necessidade de refinar a assinatura visual da marca, onde, no próprio evento, com o patrocínio do PRONTO 3D (Laboratório de Fabricação Digital, Design/UFSC), foi possível aplicar os conceitos da marca nas premiações e brindes exclusivos, resultando na ampliação da confecção de subprodutos Uga-Buga, como troféus, marca-páginas, pranchas, bastões e chaveiros.

Com a ajuda do PRONTO 3D, foi possível criar um novo universo da marca e assim colocar em perspectiva os pontos de conexão que uma empresa pode ter, indo além do trabalho artesanal, abrindo portas para ideias inovadoras e trabalhando de forma colaborativa para criar não só produtos criativos, mas experiências memoráveis.

Figura 5 - O Laboratório Móvel de Fabricação Digital/PRONTO 3D



Fonte: Uga-Buga Handboards (2017)

Quadro 1 - Produtos e brindes fabricados pelo PRONTO 3D



Fonte: Uga-Buga Handboards (2017)



Após o evento, percebeu-se a necessidade de rever a identidade visual da marca, trabalhando no melhoramento do desenho do logotipo e na criação de um novo *lettering*, dando espaço, posteriormente, para a criação de um projeto tipográfico.

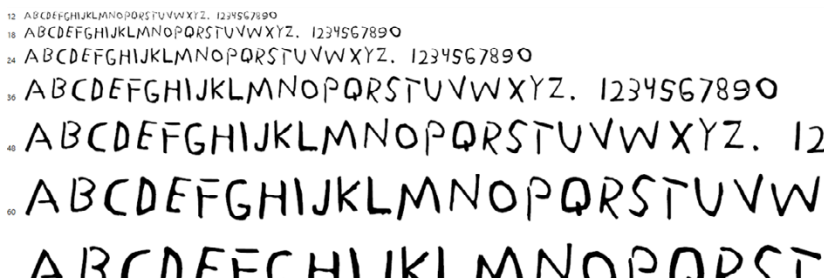
Figura 6 - A nova assinatura visual da marca Uga-Buga



Fonte: Uga-Buga Handboards (2017)

Atualmente, a fonte de apoio da marca é a “Basquiat”, uma fonte de livre utilização que pode ser facilmente encontrada nos principais sites de download de fontes gratuitas e, por conta disso, levando em consideração a originalidade da marca e a possibilidade de se fazer design, optou-se por atualizar a fonte, criando fonte customizada para a empresa Uga-Buga Handboards.

Figura 7 - Fonte Basquiat



Fonte: [www.dafont.com](http://www.dafont.com)

### 3.1.2. Fundamentação Teórica

O objetivo deste projeto é criar uma fonte personalizada e por isso, para meios de simplificação e objetividade, serão abordados com maior profundidade os termos referentes a fontes dessa categoria. A fonte personalizada possui total liberdade para os desenhos dos caracteres (MATTÉ, 2008), pois, ao contrário das fontes textuais que devem

ser legíveis e passíveis de uma ótima compreensão, apresentam uma identidade e tem um compromisso maior com a expressão da mensagem do que com o conteúdo em si.

Apesar do foco deste projeto ser uma tipografia customizada, é imprescindível mencionar alguns termos inerentes a todas as fontes, como: os elementos da letra, as partes da tipo, os terminais e as serifas, por isso, a seguir, com base no artigo “Notas para uma normatização da nomenclatura tipográfica” de FARIAS, cita-se: “a discussão sobre tipografia requer um sistema de nomenclatura para os elementos da letra, de forma que possamos fazer referência a partes individuais dos tipos” (Gaskell 1976: 41), portanto, a seguir, serão apresentadas algumas nomenclatura, com base em Farias, como mostra na Figura 8.

Figura 8 - Estrutura da tipografia



Fonte: Farias (2005)

- **Corpo:** corresponde à altura máxima do conjunto dos caracteres de uma fonte, incluindo as áreas reservadas para os caracteres mais altos e mais baixos.

- **Linha base:** é o apoio principal da base de cada caractere, onde são apoiadas as maiúsculas, as minúsculas sem descendentes e a maior parte dos números e sinais.
  - **Linha dos descendentes:** localizada abaixo da linha base, marca a profundidade das letras minúsculas com descendentes.
  - **Altura-x:** localizada acima da linha base, corresponde à distância entre a linha de base e o topo das letras minúsculas sem ascendentes.
  - **Linha dos ascendentes:** marca a altura das letras minúsculas com ascendentes e, em alguns casos, das letras maiúsculas.
  - **Linha das capitulares:** no caso de fontes de texto mais tradicionais, a altura das maiúsculas é um pouco menor do que a das minúsculas com ascendentes, e é marcada pela linha das capitulares.
  - **Linha média:** determinada pela altura-x.
- **Espaçamento:** é a distância entre o corpo dos caracteres.
- **Kerning:** determina tanto a aproximação quanto o afastamento de um



par específico de caracteres em uma fonte, designando partes de caracteres que avançam além do limite do corpo do tipo para permitir uma maior aproximação com o caractere do corpo seguinte.

Figura 9 - Kerning

WITHOUT KERNING:  
ADVANTAGE

WITH KERNING:  
ADVANTAGE

Fonte: [webopedia.com/TERM/K/kerning](http://webopedia.com/TERM/K/kerning)

Para dar continuidade, após desmembrar os termos referentes à métrica tipográfica, apresenta-se as partes dos tipos, onde descreve-se as particularidades dos desenhos dos caracteres. Tomando como base o artigo de FARIAS, organizou-se os termos em forma de tópico para facilitar a compreensão das partes das tipos, como consta a seguir:

- **Face:** são as formas tipográficas visíveis.
- **Espaço interno (olho):** qualquer área em branco completa ou parcialmente fechada pelos traços de uma letra.
- **Ascendente e descendente:** são extensões das letras minúsculas que situam-se acima da altura-x ou abaixo da linha de base.
- **Contraste:** é a diferença de espessura dos traços de uma fonte, podendo ser qualificado como alto, baixo ou modulado.
- **Eixo de contraste:** é um eixo imaginário que passa pelas partes mais estreitas dos traços de uma face, e que determina a tendência direcional (vertical, horizontal, inclinado à direita ou inclinado à esquerda) de seu contraste.

Figura 10 - Traços e eixos



Fonte: Meürer (2017)

Figura 11 - Partes da tipografia



Fonte: Rocha (2001)

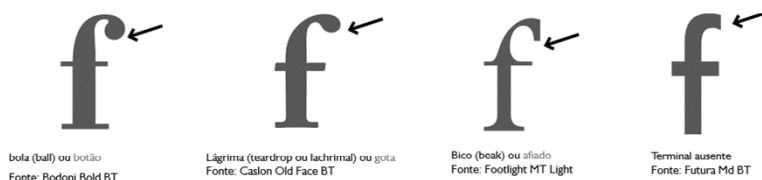
O termo “traço”, que faz referência a linhas retas ou curvas que compõem uma face, onde, de acordo com Farias (2005), para traços com características específicas, nomeia-se da seguinte forma:

- **Haste** para **traços verticais**;
- **Barra** para **traços horizontais** que unem dois pontos de um caractere ou cruzam uma haste;
- **Bojo** para **traços curvos** que fecham uma área de um caractere;

- **Braço** para **traços horizontais**, ou **inclinados**, em direção à linha das capitulares, em caracteres como as letras ‘K’ (parte superior direita), ‘X’ (parte superior) e ‘L’ (parte inferior);
- **Cauda** para **traços**, geralmente curvos, **que avançam abaixo da linha de base** em caracteres como ‘g’ e ‘Q’;
- **Gancho** para **traços curvos partindo do bojo** ou da **haste** de letras, e terminando no ar como em ‘a’, ‘f’ e ‘r’;
- **Ligação** para **traços que unem duas partes de uma letra**, como o bojo e a cauda do ‘g’ e do ‘Q’ em algumas fontes;
- **Ombro** para **traços curvos que partem da haste de algumas letras** e que se juntam a outro traço, reto, seguindo em direção à linha de base como em ‘h’, ‘m’ e ‘n’;
- **Orelha** para **traços curtos**, como a pequena projeção no lado direito do bojo do ‘g’ em algumas fontes; e
- **Perna** para **traços horizontais** ou **inclinados** em direção à linha de base em caracteres como ‘K’ (parte inferior direita), ‘X’ (parte inferior) e ‘R’ (parte inferior direita).

Os terminais, que são as extremidades das fontes, podem ser classificados em quatro tipos: bola, gota, corte e ausente, representados na figura 12, respectivamente:

Figura 12 - Terminais



Fonte: Meürer (2017)

As serifas, “traço adicionado ao início ou ao fim dos traços principais de uma letra” (BRINGHURST, 2005), possuem diversas classificações, mas cita-se nesse projeto apenas as principais: serifa bilateral e adnata (que nasce junto ao traço); serifa bilateral, abrupta (tangencia a haste bruscamente) e retangular ou egípcia (espessura próxima a da haste); e a serifa unilateral, adnata e transitiva (acompanha direção da escrita) – ilustradas na figura 13.

Figura 13 - Serifas



Fonte: Meürer (2017)

Para concluir esta etapa referente à fundamentação teórica, após elucidar sobre as partes das tipos, direciona-se a leitura para o objetivo do projeto: a criação de uma fonte personalizada. Para isso, utilizou-se como base de referência a dissertação “A tipografia customizada como elemento identitário em sistemas de identidade visual” (CARDINALI, 2015), onde o autor apresenta o conceito de tipografia customizada, abrangendo seu caráter identitário e o contexto das fontes no âmbito digital.

Não é de hoje que o homem constrói símbolos e cria significados, está na sua natureza e na necessidade em se comunicar, está no desejo de traduzir ideias, pensamentos, sentimentos, emoções. O contexto cultural reflete diretamente na escrita (CARDINALI, 2015), apresentando, através do tempo, os diferentes estilos tipográficos que hoje encontramos.

Figura 14 - Tipografia romana



Fonte: [www.tipografos.net](http://www.tipografos.net)

O design, além do seu caráter de projeção, traz consigo a delimitação da forma, ou melhor, serve de ferramenta para a melhor escolha dos elementos que possam transmitir uma ideia e, assim como o design de tipografias, pode traduzir uma determinada cultura.

A tipografia, como uma ferramenta que constrói identidades, é extremamente importante para a aplicação do conceito de uma marca, negócio ou produto, pois relaciona elementos culturais e aproxima seu público de interesse (CARDINALI, 2015). Define-se por tipografia personalizada (ou customizada) àquela que foi projetada com o objetivo de atender uma necessidade em específico. No caso das fontes corporativas, ou seja, para uso privado, tem como função caracterizar os aspectos identitários da empresa, resultando em um alinhamento da linguagem gráfica e da comunicação da instituição.

Figura 15 - Fonte corporativa da Coca-Cola



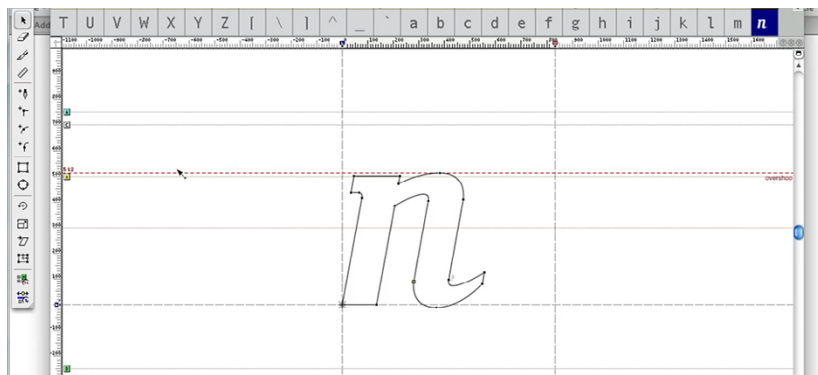
Fonte: croove.com.br

A partir dos anos 2000, com a popularização da internet e dos meios de comunicação digitais, o design de tipos passou a atuar gradualmente nas telas de celulares, tablets, notebooks e outros meios não impressos, acarretando na globalização de diferentes fontes e na adaptação dos designers para os meios digitais.

Obter uma fonte diferenciada, até o início do século XXI, era atributo de grandes empresas e de uma forte equipe de designers especializados na área, porém, hoje, com a evolução e desenvolvimento de softwares de edição gráfica e de edição e criação de fontes (figura 16), tornou-se acessível para pequenas empresas (ou até mesmo empreendedores individuais), que procuram ampliar o seu sistema de identidade visual, a criação de projetos tipográficos originais, visto que, em um mercado cada vez mais competitivo, a singularidade é um grande diferencial.

Por um outro lado, a popularização das fontes trouxe uma vulgarização da sua utilização, onde, de forma indiscriminada, as empresas e pessoas aplicam as mais diversas tipos em seus meios de comunicação, dificultando a possibilidade de encontrar uma fonte original e que não

Figura 16 - Software FontLab Studio



Fonte: FontLab Studio

tenha sido utilizada. Para fins corporativos e de identidade, sabe-se que a criação de uma fonte original pode suprir essa necessidade de comunicar-se de forma singular e, por isso, faz-se necessário o investimento de uma empresa ou até mesmo de um designer na criação de uma tipografia customizada.

Figura 17 - Fonte “Lobster”, “É a Lobster a nova Comic Sans?”

Fonte: [www.logostilo.com](http://www.logostilo.com)


### 3.1.3. Análise da Linguagem Visual

Para dar sequência nesse tópico, foi necessário reunir informações pertinentes à linguagem visual da marca Uga-Buga, onde o autor aplicou um *briefing* para entender quais os elementos e aplicações que a fonte deveria ter. Após o *briefing*, iniciou-se uma pesquisa por imagens e tipografias com os conceitos estabelecidos, resultando em uma análise visual das peças gráficas, que, por fim, serviram para construir os pilares fundamentais da tipografia da marca.

### 3.1.3.1. Briefing dos Gestores


Para alinhar a necessidade da empresa com este projeto, criou-se um *briefing* para os gestores da marca Uga-Buga, com o objetivo de entender “O que não pode faltar na tipografia Uga-Buga?”. Os entrevistados, Maurício e Eduardo, deveriam responder a pergunta em até no máximo 50 caracteres, onde, através de uma conversa aberta os dois anotaram as suas conclusões:

Quadro 2 - Resposta Gestor 1

	<p><b>Gestor 1 - Maurício de Oliveira Afonso</b> 27 anos, designer e artista</p> <p><b>Resposta:</b></p> <p>“A tipografia deve seguir a identidade da marca, com traços fortes, assimetria, como se fosse feita à mão. Ela deve ser legível tanto para a aplicação nas pranchas, quanto para nossos materiais de comunicação.”</p>
---	--

Fonte: Uga-Buga Handboards (2018)

Quadro 3 - Resposta Gestor 2

	<p><b>Gestor 2 - Eduardo Barcellos</b> 26 anos, shaper e atleta de surfe de peito</p> <p><b>Resposta:</b></p> <p>“A nova fonte deve remeter ao nosso estilo “madeira”, seria legal se tivesse um efeito dos sulcos do material. Nossas <i>hands</i> possuem identificação, onde assinamos o número de série, modelo e coleção, podemos aplicar a fonte nessas assinaturas.”</p>
---	---

Fonte: Uga-Buga Handboards (2018)



### 3.1.3.2. Análise das Referências da Marca

A linguagem visual da Uga-Buga possui conexões diretas com as máscaras “Tiki”, provenientes da cultura polinésia, onde trazem consigo o aspecto “primitivo” que a marca busca retratar. Os polinésios possuem uma antiga e profunda história, com base nos conhecimentos espirituais e na natureza, por isso, em diversas obras e ilustrações da cultura, encontram-se cultuação a deuses e espíritos antigos, enraizadas na cultura de tribos e famílias tradicionais do Havaí.

Figura 18 - As estátuas Tiki



Fonte: dreamstime.com

Como objeto dessa cultura, os havaianos criaram as estátuas “Tiki”: estruturas de madeira, verticais e esculpidas artesanalmente, representando as faces de deuses havaianos. Notoriamente, esse objeto influencia os estilos tipográficos encontrados em placas de hotéis, cartazes de festivais e em diversos outros meios de comunicação dos havaianos.

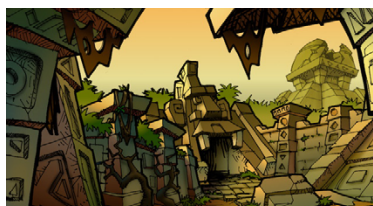
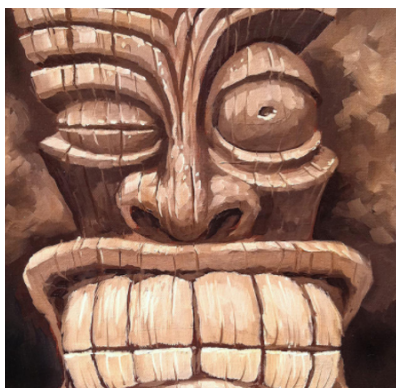
Figura 19 - Aku-Aku (Guia Protetor), inspiração da Uga-Buga



Fonte: pbs.twimg.com



Quadro 4 - Referências da cultura Uga-Buga



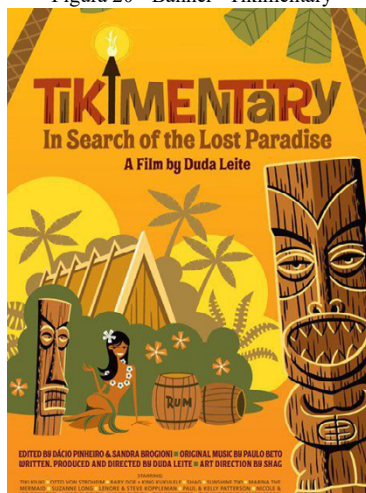
Dando sequência nessa linha de raciocínio, analisaram-se as referências visuais da marca Uga-Buga, como cartazes, logos, *letterings*, entre outras imagens, como constam nas figuras a seguir.

Na Figura 20, tem-se a utilização de traços mais quadrados, representando rigidez, ao estilo “madeira”, as cores são quentes, remetendo a algo **tropical**, natural e selvagem, reforçando, através das texturas nas máscaras e na fonte, o aspeco orgânico.

Na ilustração da Figura 21, as duas fontes superiores, em especial a primeira, remete ao estilo “madeira”, onde, na mais superior, observa-se a conexão das hastes através de “amarras”, representando algo **feito à mão e primitivo**.

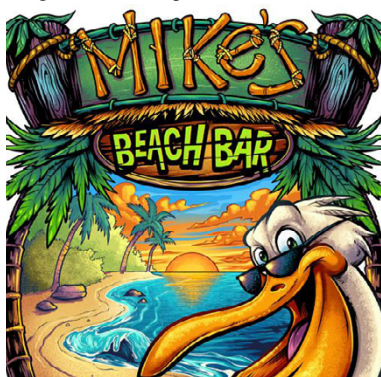
Na Figura 22, apesar da monocromia, a tipografia em maior destaque traz a textura de madeira com mais ênfazando em seus caracteres uma certa irregularidade nas bordas, dando a ideia de que foi esculpido à mão e de forma grosseira, resultando numa fonte **rústica, pesada** e pouco trabalhada.

Figura 20 - Banner “Tikimentary”



Fonte: [www.joshagle.com/ephemera](http://www.joshagle.com/ephemera)

Figura 21 - Estampa “Mikes Beach Bar”



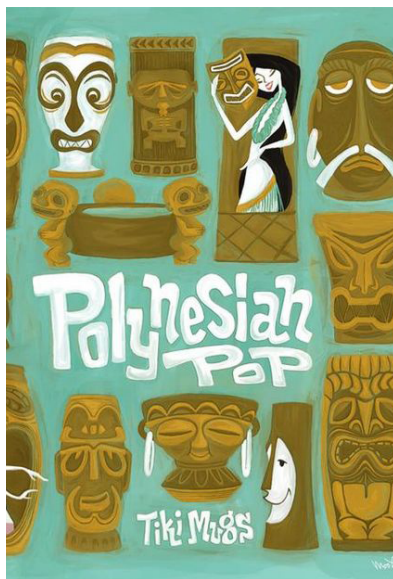
Fonte: [www.guru.com/portfolio](http://www.guru.com/portfolio)

Figura 22 - Ilustração “Back To The Beach”



Fonte: [i.pining.com](http://i.pining.com)

Figura 23 - “Pop Polynesian” - Mookie Sato



Fonte: [www.vintageinn.ca/tag/tiki](http://www.vintageinn.ca/tag/tiki)

Figura 24 - Cartaz “A Semana Tiki”



Fonte: [www.slammiie.com](http://www.slammiie.com)

Na Figura 23, as formas dos caracteres se complementam, demonstrando um estilo bem característico da tipografia polinésia. A letra “i”, na palavra “tiki” se apresenta de duas formas, estando com seu eixo abaixo da linha média no primeiro momento e acima no segundo momento. O prolongamento dos terminais traz uma ideia de **fluidez** e ao mesmo tempo invade o espaço dos outros caracteres.

Já na Figura 24, nota-se a influência **Tiki** na tipografia, porém, apesar do seu caráter de sólido, possui formas **soltas e irregulares**, observando-se o kerning quase que desenhando entre as formas das letras, dando a ideia de algo **integrado**, maleável e denso.

Na logo da figura 25, observa-se a fonte com uma diversidade de alturas, alguns caracteres maiores que os outros. A irregularidade das letras traz uma ideia de movimento e fluidez.

Figura 25 - Logo “The Shameful Tiki Room”



Fonte: [shamefultikiroom.com](http://shamefultikiroom.com)

No *lettering* da figura 26, também percebe-se o avanço do  *Kerning* e a conexão de alguns caracteres, além da estilização de algumas vogais, ora sobre um traço, ora sobre o terminal de uma consoante. Criando mais uma vez, a ideia de algo integrado e trazendo um sensação de *espontaneidade*, devido aos caracteres irregulares.

Figura 26 - Lettering - “The Coconut Comedy Lounge”



U S I V I L D  
LOUNG  
11378 BLACK SANDS BOULEVARD, KEWALO-PAPAKOLEA  
HOWZABOUT A NICE HAWAIIAN PUNCH  
TRY OUR PINEAPPLE KIWI BANANA MAI-TAI. WHAT A KI  
ALOHA HAHAHA HAHAHA

Fonte: [br.pinterest.com/pin/680817668642253993](https://br.pinterest.com/pin/680817668642253993)

Sintetizando a análise, torna-se evidente a preferência por um estilo rústico no desenho dos caracteres priorizando os traços robustos de forma com que tragam peso e força. Porém, ao mesmo tempo, a fonte deve passar a sensação de unidade, gerando fluidez nos terminais, podendo trabalhar com serifas em alguns momentos. A ideia de trazer irregularidade, como o *kerning* invadindo espaços, os caracteres se encaixando e o uso de caixa baixa misturada com caixa alta, transmite uma forma orgânica e também expressa espontaneidade.



### 3.1.4. Análise de Fontes Similiares

Nesta parte do projeto, buscou-se por fontes que representam a linguagem visual analisada. Observou-se nas fontes as características que mais se aproximam da tipografia que a marca busca criar. Todas as fontes foram tiradas da internet, de sites conhecidos como: *DaFont*, *1001 Fonts*, *Net Fontes* e *Font Squirrel*. A base da pesquisa pelas fontes teve como palavras-chave: rústico, robusto, pesado, forte, unidade, fluidez, irregular e espontâneo.

A análise feita das tipografias e suas partes, buscou evidenciar um conceito integrador, afim de criar uma forma original para os caracteres, descrevendo nos quadros seguintes os detalhes de cada fonte, fortalecendo, ao final, o conceito central da tipografia da marca.

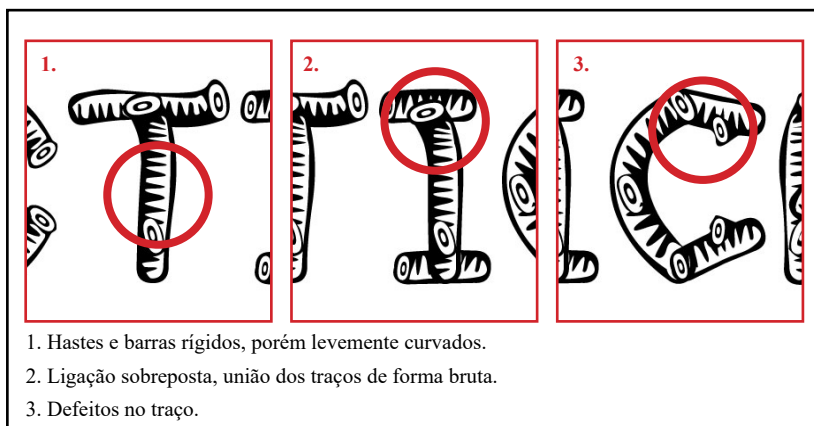
Na Figura 27, a fonte “Wood Sticks” representa claramente o “estilo madeira”, onde as hastes envergadas reforçam a ideia de algo orgânico. As junções são pouco trabalhadas, evidenciando o final do traço como um “nódulo” da madeira, que se repete nos caracteres da tipografia.

Figura 27 - Tipografia “Wood Sticks”



Fonte: dafont.com

Quadro 5 - Análise da tipografia “Wood Sticks”



Fonte: Autor





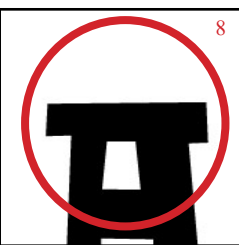
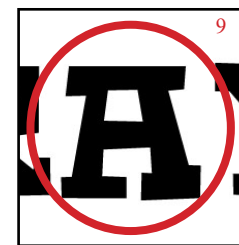
Na Figura 28, a fonte “Surfing Ashtray” se aproxima bastante do estilo procurado pela Uga-Buga, trazendo mais peso e um pouco mais de contraste nos traços, onde as serifa abruptas reforçam a ideia de algo rígido e rústico. As faces são irregulares e transitam entre as linhas ascendentes e descendentes, criando uma leitura mais divertida e um aspecto mais cômico.

Figura 28 - Tipografia “Surfing Ashtray”

**SURFING ASHTRAY**

Fonte: dafont.com

Quadro 6 - Análise da tipografia “Surfing Ashtray”

		
<p>4. As hastes com serifa e com comprimentos diferentes.            5. A serifa abrupta da letra “R”.            6. A serifa abrupta da letra “N”.</p>		
		
<p>7. O desenho da letra “G”, com barras de tamanhos diferentes.            8. A serifa da letra “A”, alongada, quase do tamanho da base.            9. O corpo dos caracteres, com formas pesadas e espaçadas.</p>		

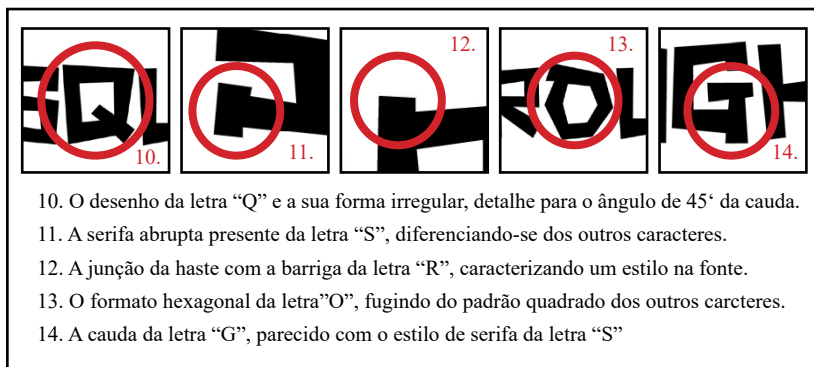
Fonte: Autor

A fonte “Square Rough”, na Figura 29, traz uma linguagem semelhante da Figura 28, com formas mais quadradas, caracteres em caixa alta e hastes e braços espessos. Nota-se, nessa fonte a utilização de serifas em alguns momentos, o prolongamento de hastes e a forma hexagonal da letra “O”.

Figura 29 - Tipografia “Square Rough”

Fonte: netfontes.com.br

Quadro 7 - Análise da tipografia “Square Rough”



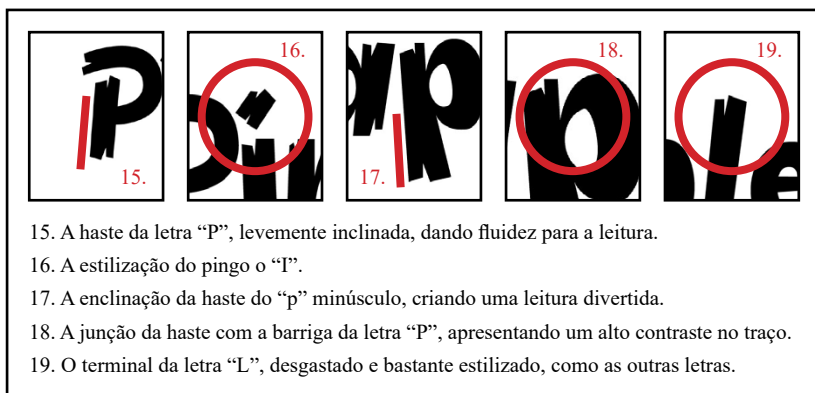
Fonte: Autor

A tipo “Pineapple”, na Figura 30, apresenta um traço mais manual e formas mais redondas. A espessura das hastes e braços são mais uniformes, dando fluidez à fonte, ao contrário das fontes anteriores onde os vértices são mais abruptos e as formas mais quadradas. A inclinação das hastes mostra-se diferente em algumas tipos e seus terminais apresentam falhas, reforçando a ideia de algo rústico e feito à mão.

Figura 30 - Tipografia “Square Rough”

Fonte: netfontes.com.br

Quadro 8 - Análise da tipografia “Pineapple”



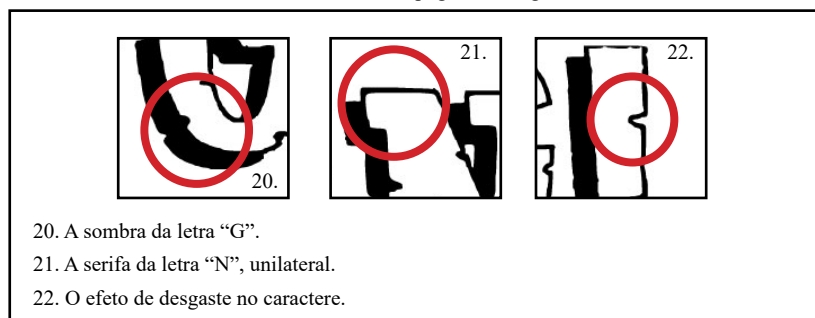
Fonte: Autor

A fonte “Jungle Roar”, figura 31, está toda em caixa alta e expressa voracidade e até velocidade. O que chama atenção nessa tipo é a impressão tridimensional causada pelo sombreamento sob o desenho em branco. As falhas, passam a ideia de corrosão, tempo.

Figura 31 - Tipografia “Jungle Roar”

Fonte: netfontes.com.br

Quadro 9 - Análise da tipografia “Jungle Roar”



Fonte: Autor

Todas as tipografias analisadas são bastantes expressivas, com hastes, braços, pernas, entre outros elementos que apresentam força e ri-



gidez. O aspecto “madeira” reforça a ideia de algo natural e feito à mão. As falhas, tanto nos terminais, quanto na própria face transmitem a sensação de algo humano e temporal. As serifas abruptas remetem a um estilo egípcio, o que fortalece o conceito de algo antigo ou até rudimentar. A inclinação dos caracteres apresentados, a irregularidade das linhas ascendentes e descendentes, todo esse aspecto que apresenta uma certa “deformação” é bastante interessante para a escolha do estilo tipográfico que a marca Uga-Buga busca seguir.

### 3.2. TOMADA DAS PRIMEIRAS DECISÕES

Levando em consideração o *briefing* dos gestores e toda a análise feita sobre a linguagem visual e estilo tipográfico almejado pela Uga-Buga, chega o momento de decidir as principais características da nova fonte.

A tipografia Uga-Buga deve ter uma boa legibilidade, tanto nas telas de dispositivos digitais, quanto nas superfícies das handboards, pensando-se na redução mínima da fonte, no espaçamento dos caracteres e na disposição das palavras como um todo, por isso, foram criadas duas fontes: uma fonte primária, mais robusta e com detalhes de madeira, mostrando os encaixes; uma fonte secundária, com a mesma lógica de construção, mas sem os detalhes de madeira. A fonte primária será usada para materiais de divulgação, onde será evidenciada a identidade da marca, enquanto a fonte mais simples será usada para a aplicação nas handboards, devido ao seu caráter de melhor legibilidade.

Figura 32 - O lettering nas pranchas



Fonte: Uga-Buga (2018)

Portanto, para melhor visualização das decisões, organizou-se os itens selecionados em tópicos, como consta a seguir:

- A textura de madeira é inerente a todos os caracteres, com exceção da fonte secundária, sendo visível em todos os elementos da tipografia.

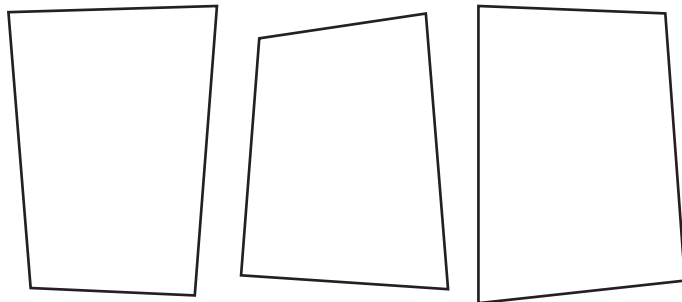
Figura 33 - Textura de madeira



Fonte: pinterest.com

- A forma geral dos caracteres é um quadrilátero irregular, podendo apresentar variações nos ângulos internos e na altura das hastes.

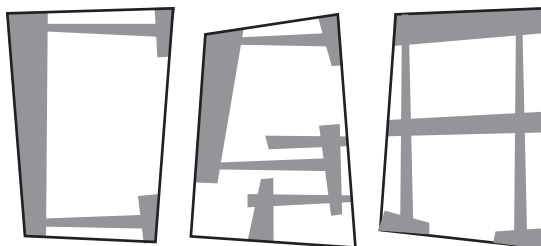
Figura 34 - Quadriláteros irregulares



Fonte: Autor

- A mesma lógica geométrica segue para os elementos da letra, como hastes, braços, caldas, serifa etc. As barras mais grossas estão quase sempre no limite da forma quadrilátera e, dependendo da estilização do caractere, seu comprimento pode ser menor, com barras mais finas atravessando a sua forma.

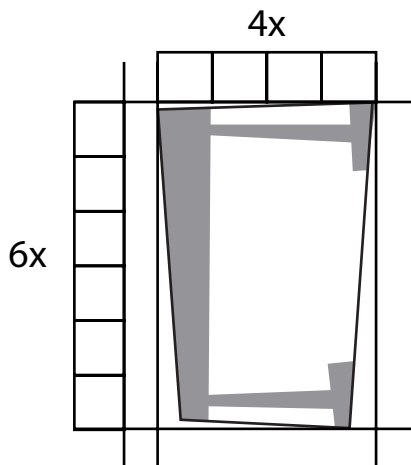
Figura 35 - O quadrilátero irregular nos elementos da letra



Fonte: Autor

- A fonte tem um estilo condensado, com médio contraste e com a altura dos caracteres igual a “6x” e sua largura igual a “4x”, aproximadamente. As hastes, braços e outros elementos, tem larguras e comprimentos variados, porém muito próximos, com o objetivo de construir cada caractere de forma única, mostrando o aspecto “feito à mão” que a marca almeja.

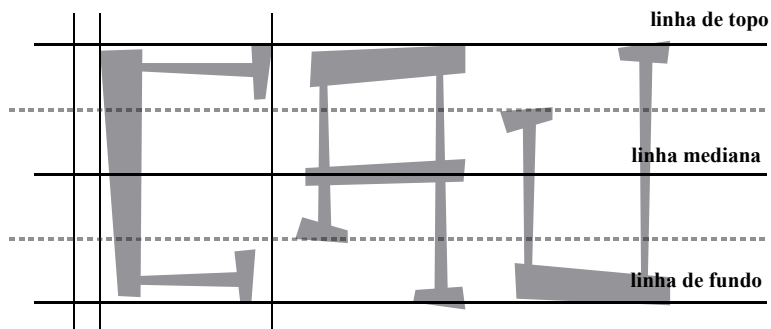
Figura 36 - As medidas da fonte



Fonte: Autor

- As faces tem sempre uma altura e largura aproximada, porém elas podem caminhar entre as linhas descendente, média, base e ascendente, não havendo uma linha média padrão entre si. Da mesma forma, as hastes “brincam” com linha de leitura, gerando terminais ora encostando na linha ascendente, ora na linha média, por exemplo.

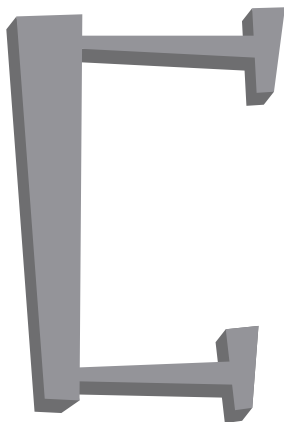
Figura 37 - As linhas dos caracteres



Fonte: Autor

- Para dar a ideia de tridimensionalidade, os caracteres também possuem profundidade.

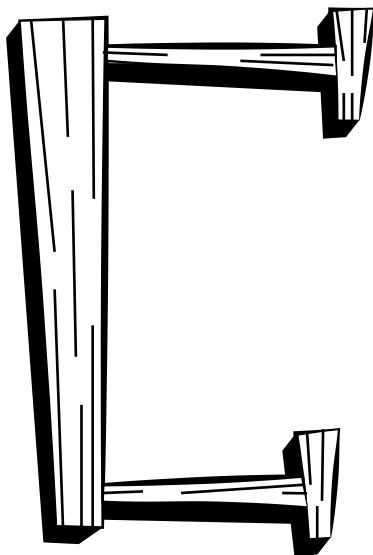
Figura 38 - Efeito tridimensional na fonte



Fonte: Autor

- Esperou-se chegar em um resultado estético como do caractere abaixo:

Figura 39 - Resultado esperado



Fonte: Autor

### 3.3. ESCOLHA DAS FERRAMENTAS

Para a construção da tipografia foi necessário selecionar um grupo de ferramentas que serviram de essencial apoio para o desenho, digitalização, vetorização, acabamentos e produção da fonte de um modo geral, são elas:

- Ferramentas de desenho:

A ideia geral do projeto foi uma tipografia a partir do processo manual, por isso optou-se por iniciar a criação da tipografia de forma simples e convencional, com a utilização de um bloco de folhas A3 140 g/m<sup>2</sup> para os desenhos, um lápis 2B para os esboços e uma lapiseira 0,7mm para o refinamento do traço.

Quadro 10 - Ferramentas de Desenho



Fonte: Autor

- Ferramenta de vetorização:

Após os desenhos à mão-livre, utilizou-se o *software* Adobe Illustrator CS6 para os desenhos vetoriais dos caracteres, onde, após refinadas as curvas e pontos, passou-se para o *software* de edição de fontes.

Quadro 11 - Ferramenta de vetorização



Fonte: Adobe Illustrator CS6

- Ferramenta de edição de fontes

O *software* FontLab Studio 5, utilizado para configurar e gerar a tipografia Uga-Buga, é um dos principais editores de fontes no mercado. Apesar de ser um *software* bastante completo, optou-se na sua utilização apenas para a configuração (espacejamento e  *Kerning*) e a geração da fonte, devido ao Illustrator ter melhores ferramentas para criação e edição vetorial.

Quadro 12 - Ferramenta de edição de fontes



Fonte: FontLab Studio 5

Com essas ferramentas, foi possível criar e desenvolver a tipografia Uga-Buga, facilitando o processo e contribuindo para o resultado final. As ferramentas de desenho à mão livre fazem parte de um kit simples de desenho, podendo ser adquirido em qualquer papelaria ou loja de artigos de pintura, enquanto os *softwares* utilizados podem ser baixados através dos sites das empresas que o fabricam, obtendo a versão de teste de cada programa (com recursos limitados) ou até mesmo a compra do licenciamento do produto.

#### 4. CRIAÇÃO

Criar uma fonte customizada exige criatividade e alinhamento com os conceitos determinados na etapa anterior. Para a conclusão dessa parte de criação, foram necessários muitos desenhos para se chegar no resultado alcançado. Acostumar-se com o material de desenho foi essencial para conclusão dessa etapa, assim como o domínio dos *softwares* utilizados.

## 4.1. DESENHO DOS CARACTERES

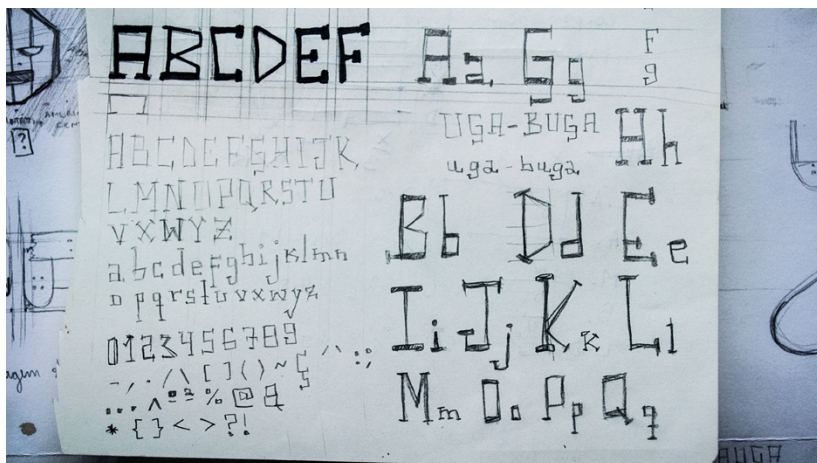
A segunda etapa do projeto iniciou com a criação da fonte Uga-Buga, utilizando as ferramentas de desenho à mão-livre, onde, posteriormente, os caracteres foram redesenhados no *software* Illustrator. O objetivo desse tópico é praticar o desenho e compreender a estrutura dos caracteres, trabalhando o traço e testando as formas e combinações com outros caracteres. Todos os desenhos apresentados a seguir foram feitos inteiramente à mão, valorizando o conceito “artesanal” que a marca busca representar. Foram criados diversos desenhos de letras, números e outros caracteres, afim de encontrar um traço, forma e desenho padrão para a fonte, que, em seguida, fora desenhado em forma de vetor.

### 4.1.1. Desenho à mão-livre

Nessa etapa do processo, houve pouca preocupação com a estética do desenho, buscando desenhar cada caractere de forma livre e despretenciosa, afim de acostumar-se com a superfície e com o lápis.

Após alguns rabiscos, desenhou-se o que seria o alfabeto, números, símbolos e outros caracteres, uma forma de entender a dimensão do trabalho de desenho, avaliando o que seria incluído ou excluído da tipografia Uga-Buga.

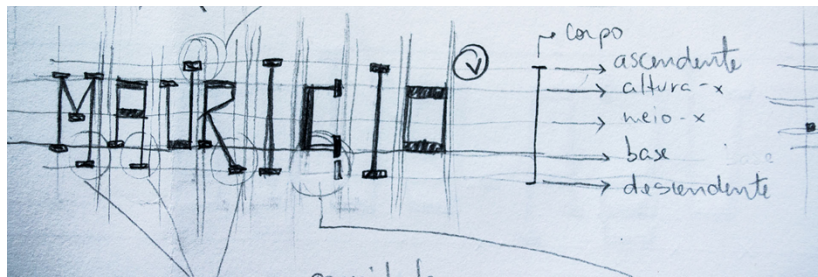
Figura 40 - Primeiro desenho de caracteres



Fonte: Autor

A ideia geral é que a fonte demonstre irregularidade na sua forma, com terminais prolongados em algumas ocasiões, braços e hastes diferentes em alguns caracteres e serifas abruptas e bilaterais.

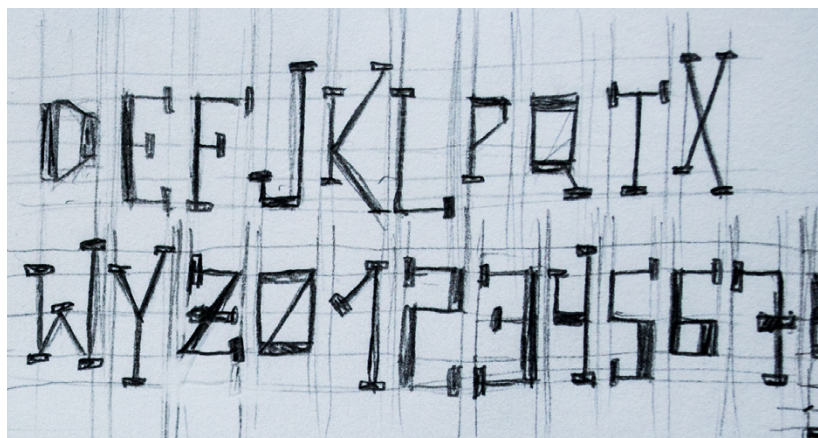
Figura 41 - Estudo dos terminais e serifas



Fonte: Autor

Na Figura 42, procurou-se identificar as características gerais da fonte, ficando evidente o prolongamento dos terminais posicionados à direita, enquanto os terminais posicionados à esquerda mantêm o tamanho padrão da fonte.

Figura 42 - Estudo das características gerais dos caracteres



Fonte: Autor

Após uma série de desenhos dos caracteres gerais, fez-se uma aplicação da ideia da fonte na palavra "Uga-Buga" (Figura 43), o intuito até então, foi acostumar-se com o traço, percebendo onde colocar os pesos em cada caractere, principalmente no nome da marca, pois teve de ser pensado na aplicação das assinaturas das *handboards*.



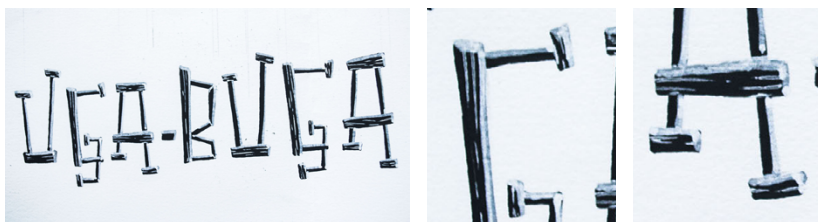
Figura 43 - Desenho do nome “Uga-Buga®”



Fonte: Autor

Abaixo, na Figura 44, um desenho mais detalhado das faces, buscando aproximar-se do desenho final.

Figura 44 - Destalhes do desenho



Fonte: Autor

Na Figura 45, mostra-se a primeira tentativa de desenhar o alfabeto e os números, já seguindo um grid de construção. Na maior parte, os caracteres agradaram os gestores da marca, porém alguns como o “E”, “F”, “H”, “K”, “N”, “S”, “X”, “W” e “Y” precisaram passar por revisões. Enquanto aos números, ainda não pareciam que haviam atingido a forma e peso ideal.

Figura 45 - Primeiro desenho do alfabeto



Fonte: Autor

Após compreendido a estrutura de cada caractere, chegou o momento de desenhar algumas palavras com mais detalhes e proximidade da fonte desejada, como constam nas imagens a seguir:

Figura 46 - Desenhos diversos



Fonte: Autor

## 4.2. DESENHO VETORIAL

A lógica de desenho foi compreendida, assim como os pesos em cada caractere. Nesse tópico, com os desenhos já trabalhados, chega o momento de redesenhar os caracteres no *software*, buscando representar um desenho muito próximo do feito no papel.

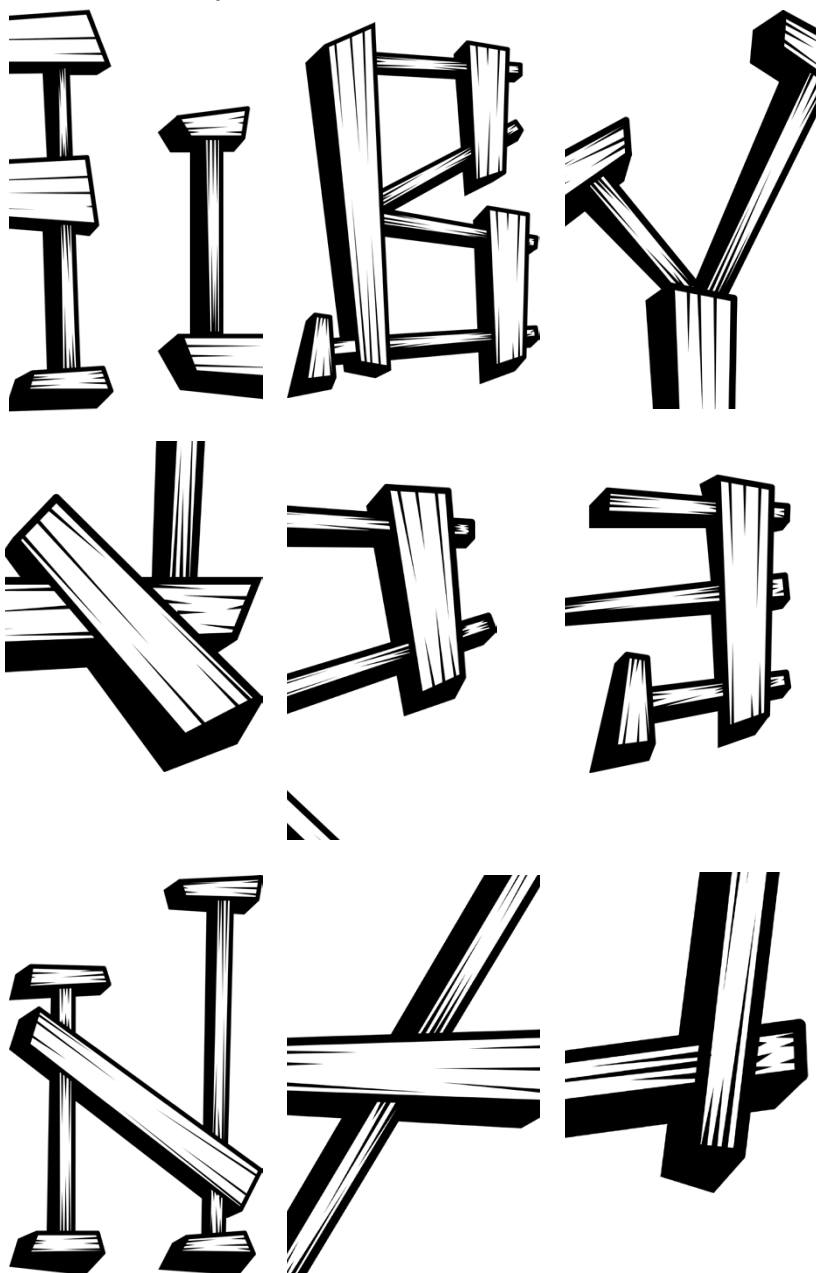
Antes de iniciar o processo de vetorização dos caracteres, alguns pontos foram definidos para que o projeto seguisse com o conceito desejado, apresentados no Quadro 13:

Quadro 13 - Delimitações do desenho dos caracteres

Os desenhos não se repetem, mesmo nos caracteres-chave, podendo ter desenhos muito próximos, mas todos os caracteres, suas formas, traços e sombras devem ser feitos um a um;
Os desenhos de “madeira” que apresentam maior espessura, estarão sempre com a base maior do desenho voltadas para o centro do caractere, com exceção das letras “A”, “H”, “N” e “Y”, pois possuem uma estrutura de ligação que quebra essa regra;
Todos os caracteres devem ter textura e sombra, dando o efeito tridimensional e “de madeira” almejado;
O desenho deve ser feito em camadas e na seguinte ordem: textura > desenho > sombra, para facilitar o processo de construção e a visualização de cada camada separadamente;
Cada forma deve ter seis traços, três em cada extremidade, que representam a textura, iniciando nas suas extremidades, direcionando-se ao centro da forma;
As serifas apontam para fora, acompanhando o sentido do desenho do caractere;
Terminais posicionados a direita do caractere são mais compridos do que os da esquerda;
Os caracteres “D”, “K”, “C” e “G” possuem uma haste menor do que os outros, para compensar a sua forma de um modo geral.

Fonte: Autor

Quadro 14 - Detalhes do desenho vetorial

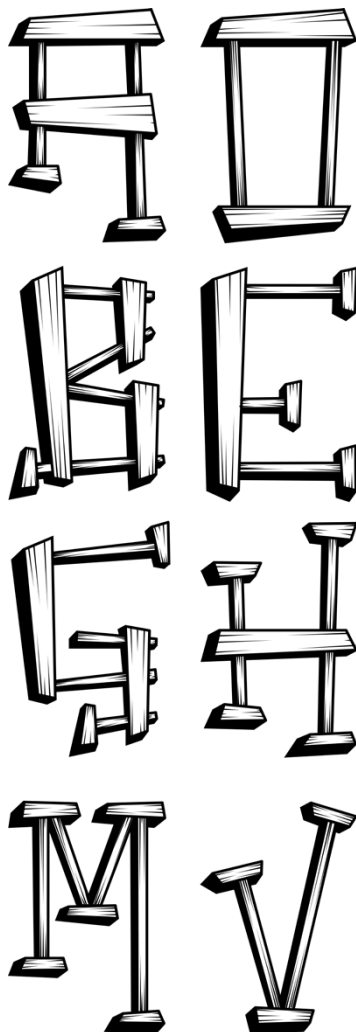


Fonte: Autor

### 4.2.1. Desenho dos caracteres-chave

Delimitada construção do desenho, iniciou-se o trabalho de vetorização da fonte. Alguns caracteres foram fundamentais para entender o processo de construção dos demais, são eles:

Figura 47 - Caracteres-chave

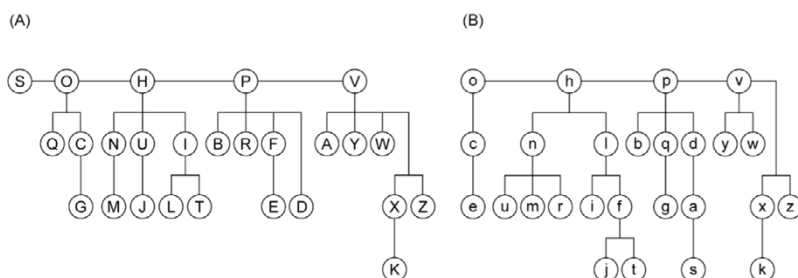


Fonte: Autor

### 4.2.2. Derivação dos caracteres

Normalmente, utiliza-se um sistema de derivação de fontes para o desenho coletivo de caracteres tipográficos, onde através de uma adaptação desse método, foram construídos os caracteres da fonte Uga-buga. O desenho das letras, números, símbolos e outros desenhos da fonte seguem uma forma irregular e podem trabalhar com o peso das hastes e braços de formas diferentes em cada tipo, por isso teve de ser adaptada o método para atender as necessidades da fonte.

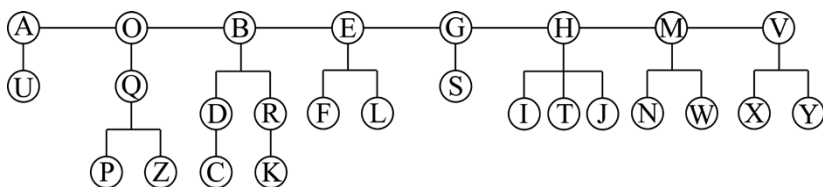
Figura 48 - Gráfico de derivação de caracteres



Fonte: Notas para uma metodologia do design de tipos (Hammerschmidt e Fontoura)

Como a tipografia Uga-Buga não possui caracteres de caixa baixa, não foi necessário criar um gráfico de derivação para essa categoria, portanto, a seguir, a estrutura de construção da fonte no que se refere a caixa alta:

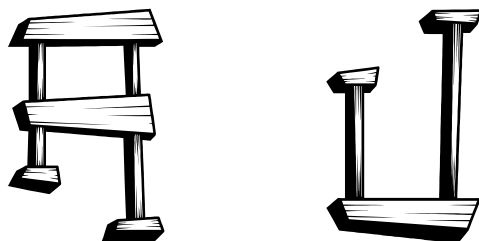
Figura 49 - Gráfico de derivação de caracteres da fonte Uga-Buga



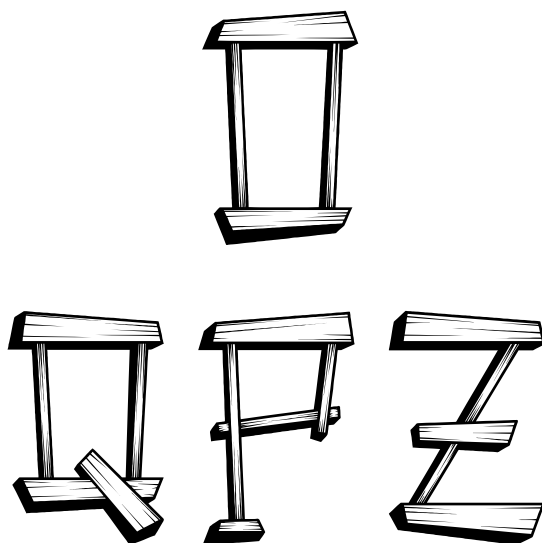
Fonte: Autor

Nas páginas seguintes, serão apresentadas as derivações de cada caractere, buscando observar as diferenças apresentadas devido ao processo de construção que cada letra exigiu, horas trabalhando o peso das hastes, horas dos braços, ou até mesmo a mudança da base do caractere devido as caudas ou traços particulares de cada letra.

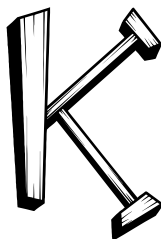
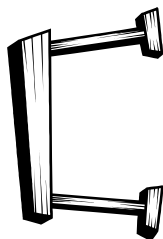
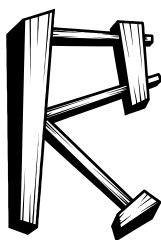
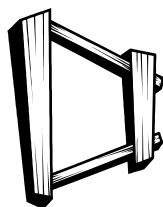
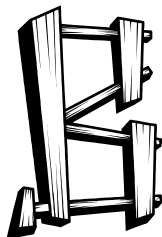
a) Derivação do caractere A: U



b) Derivação do caractere O: Q - P - Z

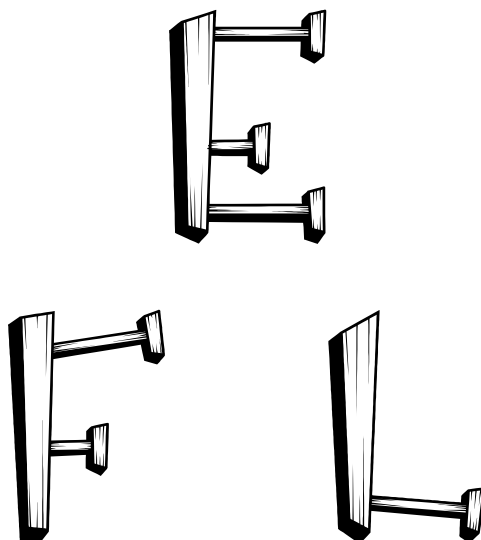


c) Derivação do caractere B: D - C - R - K

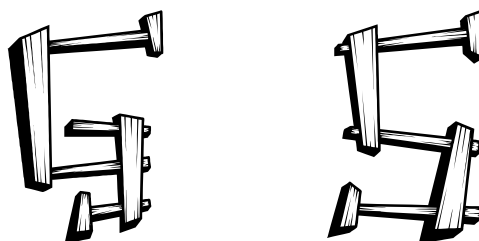




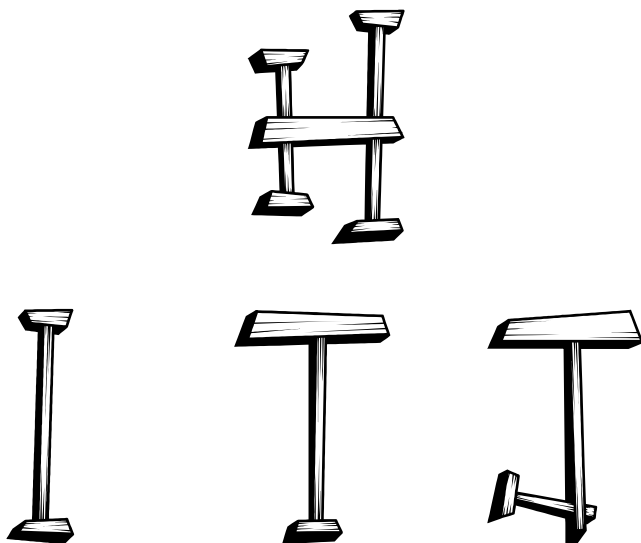
d) Derivação do caractere E: F - L



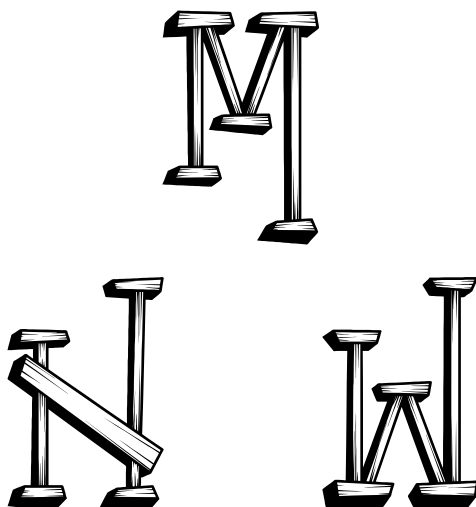
e) Derivação do caractere G: S



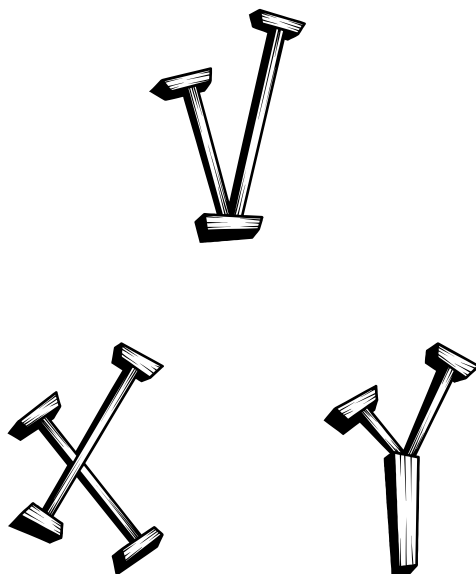
f) Derivação do caractere H: I - T - J



g) Derivação do caractere M: N - W



## h) Derivação do caractere V: X - Y

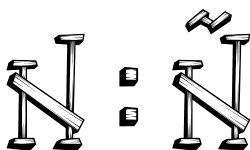
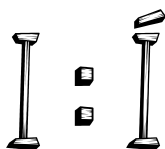
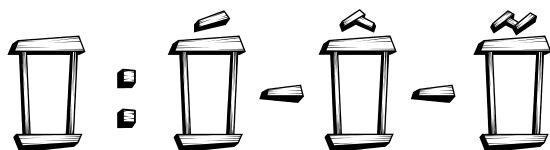
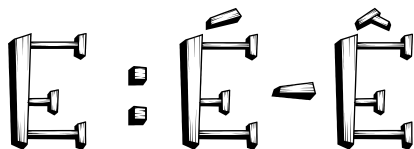
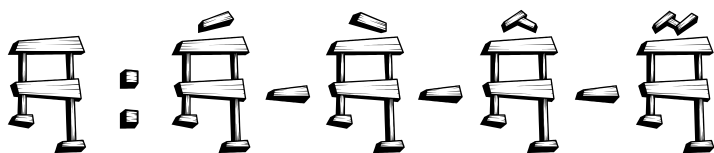


Foram desenhadas todas as derivações dos caracteres, um a um, sem repetir traços ou copiar formas, com o intuito de que cada letra fosse construída manualmente, dando a aparência de algo construído com ferramentas rudimentares.

Em alguns caracteres, os encaixes tiveram que ser trabalhados de formas diferentes, criando algumas peculiaridades nas faces, como algumas hastes atravessando a madeira, contribuindo para a ideia de tridimensionalidade e reforçando o conceito de artesanal.

Além dos caracteres-chave e suas derivações, a fonte também é composta por acentos e caracteres acentuados, números, símbolos e outros caracteres que serão apresentados na Figura 50. A criação dos caracteres acentuados foi o único processo que fugiu da regra de não repetir os desenhos, pois, teoricamente, o “A” sem acento e “Á” com acento possuem formas idênticas, salvo o acento.

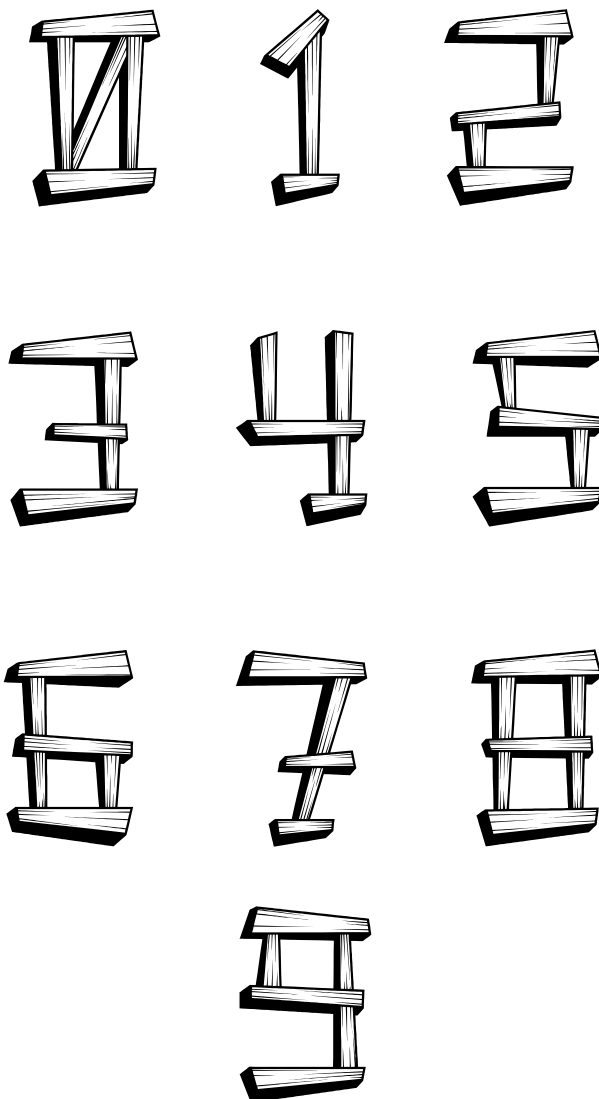
Figura 50 - Caracteres com acento



Fonte: Autor

Os números, seguiram a mesma lógica das formas, sombras e texturas das letras, mas com uma diferença na utilização apenas de hastes grossas.

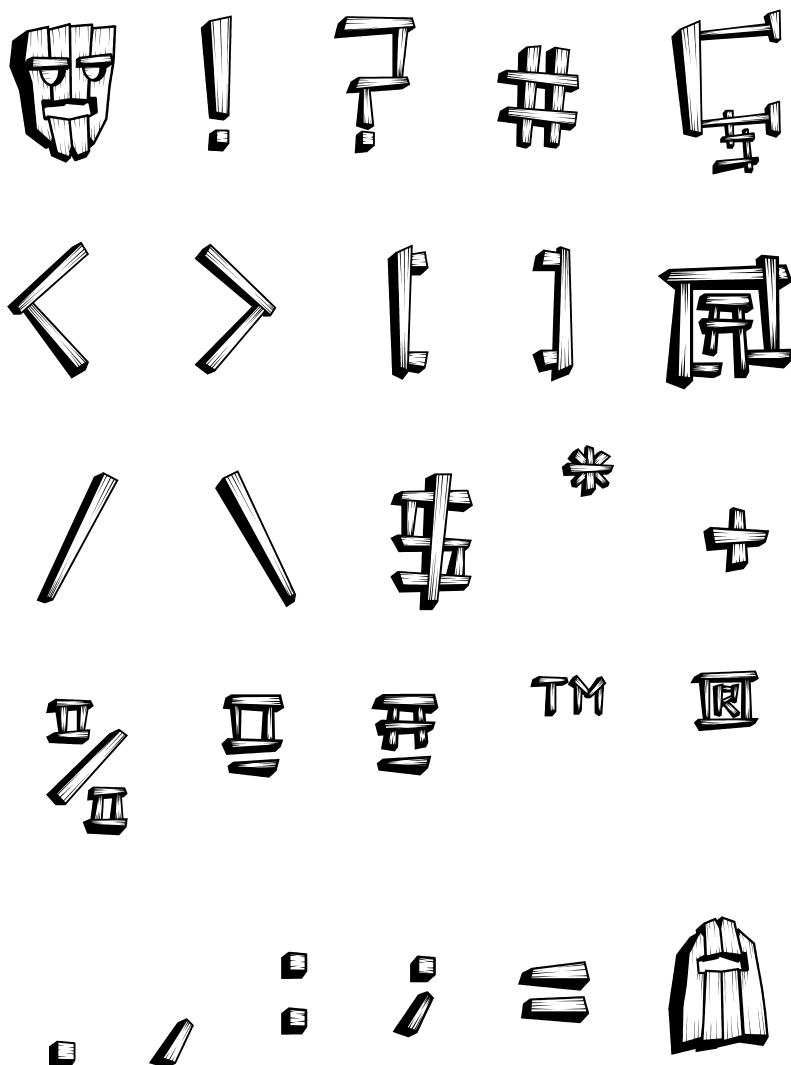
Figura 51 - Números



Fonte: Autor

Alguns caracteres convencionais não foram desenhados, sendo substituídos pelo desenho de máscara ou de uma handboard. Abaixo, o desenho dos caracteres especiais, que foram seleccionados devido a frequência de uso dos mesmos nos materiais da marca.

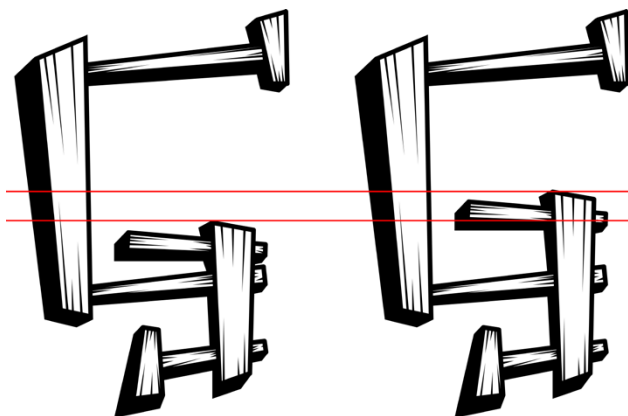
Figura 52 - Caracteres Especiais



### 4.2.3. Refinamento

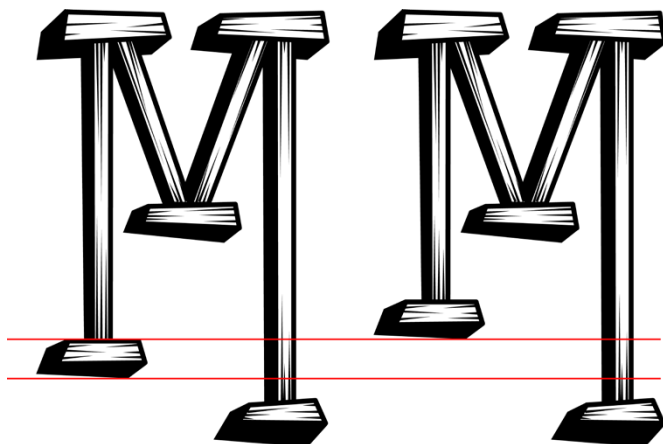
É comum ter alguns ajustes estéticos na altura de um terminal ou até mesmo na espessura de um traço, por isso, após finalizados os desenhos, foram feitas algumas alterações gráficas nos caracteres que, apesar de poucas, foram realizadas para atender questões de proporção e estilização da fonte. Nas figuras a seguir, o caractere à direita representa a alteração.

Figura 53 - Alteração caractere “G”



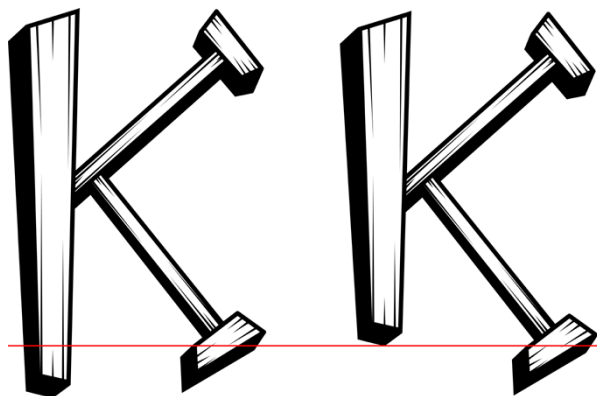
Fonte: Autor

Figura 54 - Alteração caractere “M”



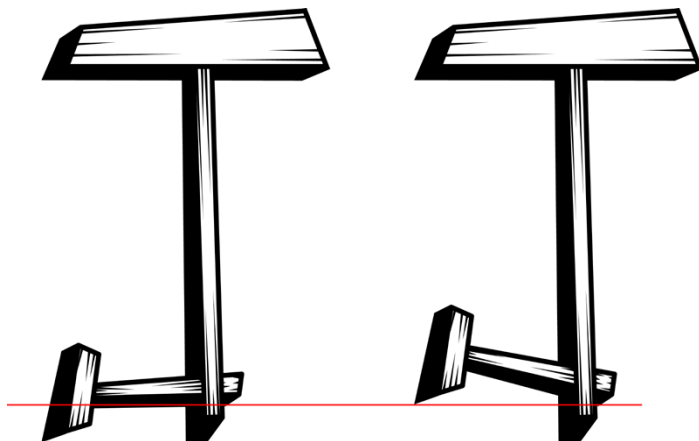
Fonte: Autor

Figura 55 - Alteração caractere “K”



Fonte: Autor

Figura 56 - Alteração caractere “K”



Fonte: Autor



### 4.3. AJUSTES FINAIS

Nesse ponto, a fonte está praticamente pronta e preparada para ser transferida para o *software* FontLab Studio 5. Para facilitar o processo, o autor criou um grid no Illustrator para armazenar os caracteres vetorizados, como mostra o Quadro 15, a seguir:

Quadro 15 - Os caracteres vetorizados

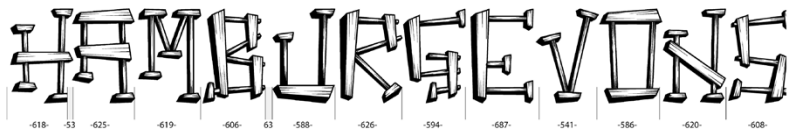


Fonte: Autor

4.3.1.      Espacejamento e Kerning

Transferidos para o FontStudio Lab, os caracteres passarm por uma série de ajustes de espacejamento, mas devido à forma irregular, foi difícil encontrar um espaçamento padrão para todos. Por isso, praticamente em quase todos os caracteres houve a utilização do *kerning* para os ajustes de distância.

Figura 57 - Aplicação do espaçamento e kerning



Fonte: Autor

Todos os ajustes de kerning ficam gravados no programa, onde é possível gerar um documento com todas as alterações.

Figura 58 - Quadro de ajuste de kerning

#1	numersign	u	52
-1	hyphen	B	-73
-1	hyphen	b g ccedilla	-62
-1	hyphen	q	-84
15	one	five	-42
17	one	seven	-63
18	one	eight	-42
19	one	nine	-32
at	at	t	-73
A	A	U	-24
A	A	V	-35

F	F	D	35
F	F	G	23
F	F	U	-53
F	F	X	-47
F	F	Y	-29
G	G	Y	-35
J	J	N	-52
J	J	U	-70
J	J	W	-52
J	J	X	-76
J	J	Y	-52

Fonte: Autor

### 4.3.2. Geração da Fonte

Por fim, com todos os desenhos e ajustes necessários, a fonte está completa e pronta para ser gerada. Mas, para isso, é preciso definir no FontStudio Lab as informações da fonte, como: nome da família, peso, largura, estilo e o nome da fonte.

Figura 59 - Informação da fonte

The screenshot shows the 'Basic set of font names' dialog box. It contains the following fields and options:

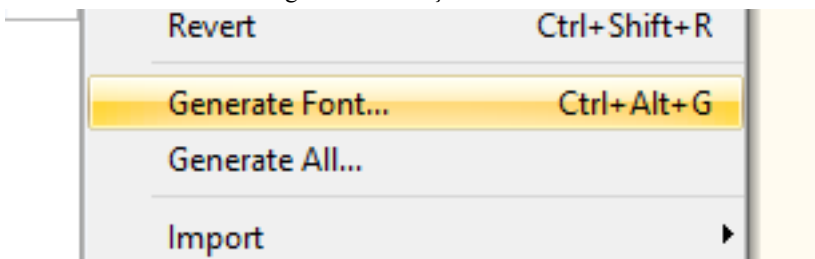
- Family name:** UgaBuga Type
- Weight:** Heavy (dropdown), 900
- Width:** Condensed (dropdown)
- Font is italic:** ☐
- Font is bold:** ☒
- More Styles:** button with a right arrow
- Style name:** Bold (dropdown)
- Build Style Name:** button
- PS font name:** Uga-BugaTypeBold
- Full name:** Uga-Buga Type Bold
- Menu name:** Uga-Buga Type
- FOND name:** Uga-Buga Type Bold
- Build Names:** button with a green arrow icon
- Yin-Yang icon:** button with a yin-yang symbol

Fonte: Autor

Nomeou-se a família tipográfica como “UgaBuga Type”, uma tipo “condensada” e “pesada”, estilo “negrito”, devido ao seu peso, resultando no nome “Uga-Buga Type”, a fonte customizada da Uga-Buga.

Após o registro do nome, chegou o momento de gerar a fonte, criando documentos que mostram a sua aplicação.

Figura 60 - Geração da Fonte



Fonte: Autor



## 5. APLICAÇÃO

Ficou decidido, por parte dos gestores, que para o projeto seria feita apenas a aplicação nas *handboards* e a criação de imagens com a tipografia Uga-Buga. Para isso, foram preparados diversos arquivos de impressão para aplicação nas handboards e com colaboração dos designers Charles Fernandes e Davi Martins, do PRONTO 3D Florianópolis, foi possível aplicar a nova tipografia na impressora a laser.

Figura 62 - Auxílio do PRONTO 3D Florianópolis



Fonte: Autor

A princípio, a fonte era para ser impressa de outras maneiras, como em serigrafia, stencil ou com papel seda, mas devido a questão de prazos do projeto de conclusão de curso e a total disponibilidade do PRONTO 3D em auxiliar esse projeto, foram feitas as impressões teste e oficiais no laboratório.

Para a aplicação a laser nas handboards, os gestores criaram uma nova coleção de pranchas, nomeada por “Tiki Boards”.

Figura 63 - Shapes da Coleção “Tiki Boards”



Fonte: Autor

Logo no primeiro teste de impressão, foi possível verificar a legibilidade da fonte aplicada e observou-se que os traços e diversos outros desenhos, quando aplicados no tamanho real da assinatura, ficaram com a aparência de borrados e com pouca legibilidade.

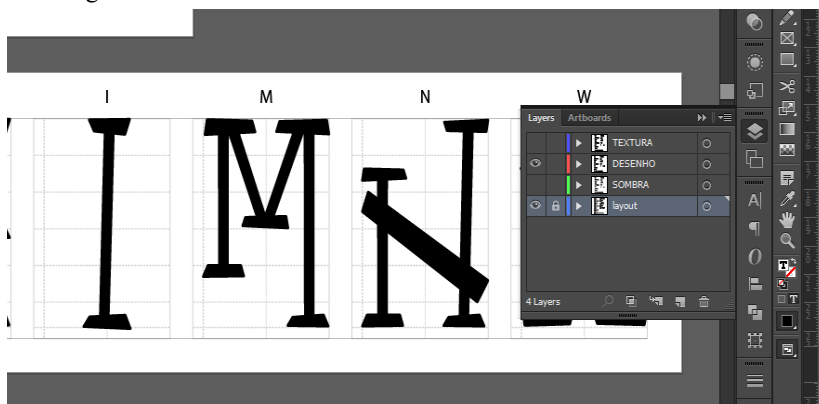
Figura 64 - Primeiro Teste de Aplicação a Laser



Fonte: Autor

Para resolver a problemática da falta de legibilidade da fonte em tamanhos menores, o autor reutilizou as formas da fonte original, excluindo as texturas e sombras, resultando em uma nova fonte, porém da mesma família tipográfica. Para a criação da tipografia secundária, bastou excluir as camadas “sombra” e “textura” e preencher com preto a camada “desenho” do arquivo original da fonte, repondo os novos desenhos nos caracteres já programados no FontLab Studio.

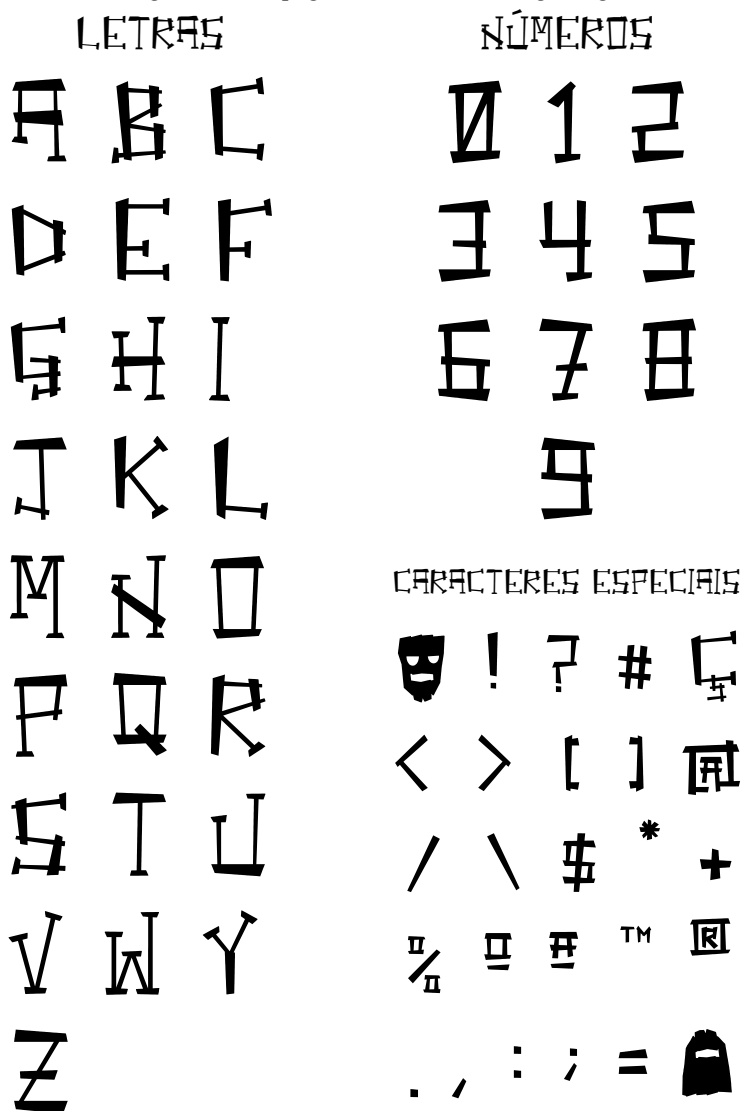
Figura 65 - Exclusão das camadas “textura” e “sombra” no Illustrator



Fonte: Autor

Dessa forma, foi possível criar uma variação da fonte original, resultando em uma tipografia mais simples e mais legível.

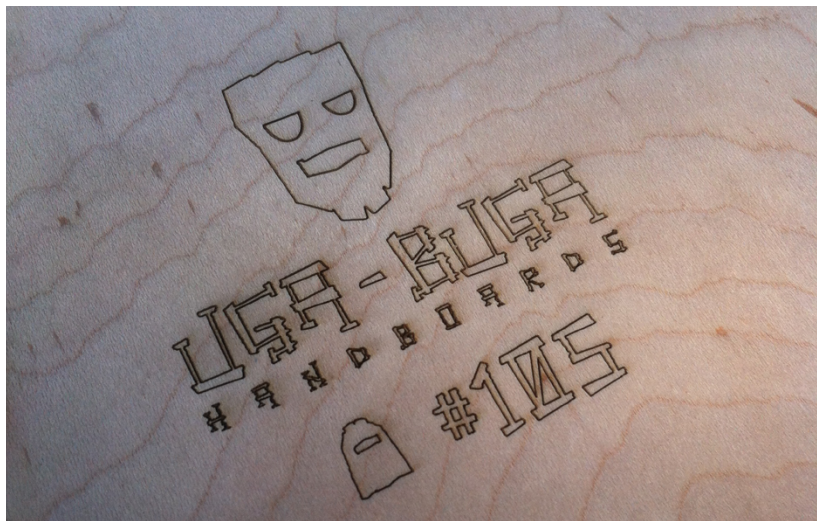
Figura 66 - A tipografia secundária da Uga-Buga





A aplicação da tipografia secundária resultou em uma melhor legibilidade, conferindo à assinatura das *handboards* uma melhor compreensão e diminuição do excesso de informação.

Quadro 17 - Teste da tipografia secundária





Apesar da falta de legibilidade em tamanhos menores, a fonte principal teve um bom desempenho em tamanhos maiores, ficando claro para os gestores que a fonte principal deve ser trabalhada em grandes formatos e com fundos de cores sólidas, funcionando como uma fonte *display*, ou seja, para frases com poucas palavras ou títulos.

Figura 67 - Exemplo de aplicação da tipografia principal



Fonte: Autor

### 5.1. APLICAÇÃO DA FONTE

Com a criação da coleção “Tiki Boards”, da Uga-Buga, foi possível demonstrar a aplicação da tipografia na marca, onde, após os primeiros testes e a criação da fonte secundária, teve-se a marcação das assinaturas de pranchas e a criação de alguns materiais de divulgação da coleção.

Figura 68 - Aplicação da tipografia em imagens



Fonte: Autor

Figura 69 - Aplicação da tipografia em imagens 2



Fonte: Autor

Para ilustrar a aplicação da fonte, o autor selecionou algumas imagens criadas para a apresentação da coleção, demonstrando a utilização do projeto em meios de comunicação. A possibilidade de uso da fonte, apesar de delimitada no projeto, é imensa, podendo ser aplicada também em outros produtos como canecas, camisetas, stickers e outros materiais. Na Figura 69, a imagem de apresentação da coleção, enquanto na imagem 70, uma descrição do produto abordando sobre as máscaras customizadas.

Figura 70 - Aplicação da tipografia em imagens 2



Fonte: Autor

Figura 71 - Aplicação da tipografia nas handboards



Fonte: Autor

As assinaturas das *handboards* passaram a ter um novo *layout*, mais limpo, original e legível, agora apenas com o número de série de cada modelo.

Na figura 72, criada a partir de um *frame* de um vídeo da Uga-Buga, demonstra-se a aplicação da tipografia para a apresentação do nome do atleta, ficando evidente que a utilização da fonte pode ser aplicada de diversas maneiras.

Figura 72 - Aplicação da tipografia em vídeo



Fonte: Autor

## 6. CONCLUSÃO

Para o autor, trabalhar com esse projeto de conclusão de curso foi, desde o início, um grande desafio. Muitos conceitos referentes à tipografia tiveram de ser lembrados e estudados para que se pudesse criar e desenvolver o projeto.

Conciliar um projeto acadêmico com uma necessidade real da empresa foi uma tarefa árdua de alinhamento de conceitos intrínsecos à Uga-Buga, pois ao mesmo tempo que se criara a tipografia, fortalecia a identidade da marca e, por conta disso, muitas coisas internas da marca precisaram ser revisadas.

Por se tratar de uma fonte *display* corporativa, facilitou bastante na liberdade de criação e desenvolvimento da fonte, podendo trabalhar com mais leveza nos desenhos do projeto. Apesar de ser um aprendiz em tipografia, o autor teve facilidade na parte de criatividade, em montar grids e trabalhar com o *software* de edição de fontes.

O resultado esperado, gerado na primeira parte do projeto, foi muito fiel à expectativa e agradou muito os gestores, principalmente no momento em que a fonte foi gerada e pôde ser analisada no seu aspecto final.

A fonte atingiu o seu objetivo, podendo ser aplicada em imagens, vídeos e assinaturas das pranchas e acredita-se que o trabalho estende-se a muitas outras aplicações, além de se tratar de um projeto de design tipográfico criado por uma marca, o que no mundo das marcas, é um trabalho de grandes empresas.

Ficou evidente no projeto que são necessários muitos trabalhos para compor a identidade visual de uma marca e deve-se analisar profundamente os conceitos para ter um resultado sólido, além do conhecimento profundo de design como um todo.

A tipografia Uga-Buga foi criada com o intuito de ampliar os pontos de contato da marca, aprimorando a sua composição visual e sua linguagem, mostrando que, apesar de ser uma marca de pranchas e possuir um pequeno porte, acredita no design como um grande diferencial.

O projeto como um todo foi bastante positivo, mostrando ao autor que a união entre a empresa e o universo acadêmico pode colaborar com a criação de projetos originais e de impacto, além de fortalecer a formação de profissionais que aprendem a lidar com os desafios do mercado de trabalho.

## 7. REFERÊNCIAS

BRINGHURST, Robert. Elementos do Estilo Tipográfico. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

CARDINALI, Luciano. ‘A Tipografia customizada como elemento identitário em sistemas de identidades visuais’. Universidade de São Paulo; Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, 2015.

FARIAS, Priscila Lena 2004. ‘Notas para uma normatização da nomenclatura tipográfica’. Anais do P&D Design 2004 - 6º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. FAAP: São Paulo.

MATTÉ, Volnei Antônio. O conhecimento da prática projetual dos designers gráficos como base para o desenvolvimento de materiais didáticos impressos. 304p. Tese (Doutorado) – Programa de PósGraduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2009.

ROCHA, Cláudio. Projeto Tipográfico. São Paulo: Edições Rosari, 2001.

SILVA, Fabio Luiz Carneiro Mourilhe & FARIAS, Priscila Lena. 2005 ‘Um panorama das classificações tipográficas’. Estudos em Design, v. 11, n. 2, p. 67-81.

VILLAS-BOAS, Andre. Produção gráfica para designers. Rio de Janeiro: 2AB, 2008.





## 8.2. APÊNDICE B - SPECIMEN (VERSO)

